

**Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Departamento de Estudios de Postgrado**

**Estrategia de sensibilización de la Secretaría de la Mujer y Análisis
de Género del Organismo Judicial para los Operadores de Justicia**

Carla Rosanna Quiñonez Famiglietti

Guatemala, noviembre 2012

**Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Departamento de Estudios de Postgrado
Maestría en Comunicación Organizacional**

**Estrategia de sensibilización de la Secretaría de la Mujer y Análisis de
Género del Organismo Judicial para los Operadores de Justicia**

**Trabajo de Graduación
Presentado por:**

Carla Rosanna Quiñonez Famiglietti

**Previo a Optar al Título:
Máster en Artes en Comunicación Organizacional**

Guatemala, noviembre 2012

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

Consejo Directivo

Lic. Julio E. Sebastián Chilín

Director

Lic. Víctor Carillas

M.A. Amanda Ballina

Representantes Docentes

Néstor Aníbal de León V.

José Jonathán Girón Ticurú

Representantes Estudiantiles

Lic. Johnny Michael González

Representante de los Egresados

M. Sc. Claudia Molina

Secretaria

Consejo Académico de Postgrado

Lic. Julio E. Sebastián Chilín

Director

M.A. Aracelly Krisanda Mérida

Secretaria

Dr. Ángel Valdez

Vocal I

M.A. Amanda Ballina

Vocal II

M. Sc. Sergio Morataya

Vocal III

Tribunal Examinador

M.A. Aracelly Krisanda Mérida

M.A. Amanda Ballina

M.A. Ninoshka Lou

M.A. Ana Elisa Gudiel Jovel

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

Índice de Contenidos

	Página
Resumen.....	IX
Introducción	X
Capítulo 1	12
1. Diagnóstico situacional de la Secretaria	12
1.1 Naturaleza de la organización	12
1.2 Objetivo, Misión y Visión	13
1.3 Ubicación geográfica	15
1.4 Descripción de actividades	15
1.5 Actores	19
1.6 Perfil de los trabajadores	20
1.7 Factores que influyen sobre la situación de la Secretaría	20
1.8 Análisis y pronóstico de la situación	23
1.9 Factores indirectos	23
1.10 Factores directos	25
1.11 Determinación de prioridades (Árbol de problemas)	26
Capítulo 2	27
2. Fundamentos epistemológicos.....	27
2.1 Marketing social	27
2.2. Teoría de las necesidades humanas de Maslow	31
2.3. Relación de los fundamentos epistemológicos con el proyecto	34
Capítulo 3	36
3. Metodología aplicada.....	36
3.1 Tipo de investigación	36
3.2 Universo	37
3.3 Muestra	38
3.4 Herramientas	38

Capítulo 4	44
4. Diagnóstico comunicacional de la Secretaría	44
4.1 Comunicación interna	44
4.2 Análisis de comunicación externa	57
Capítulo 5	75
5. Propuesta de estrategia de comunicación organizacional	75
5.1 Justificación	75
5.2 Objetivo de comunicación	78
5.3 Objetivos específicos	78
5.4 Públicos	78
5.5 Propuestas estratégicas para plan de comunicación externa	79
5.6 Calendarización de actividades	100
5.7 Validación	100
5.8 Plan de difusión	102
5.9 Plan de monitoreo y evaluación	103
Capítulo 6	104
6. Resultados	104
6.1 En el ámbito externo	104
Conclusiones	108
Recomendaciones	110
Referencias bibliográficas	111
E-grafía	113

Índice de Tablas

	Página
Tabla 1. Análisis Foda – Dafo	22
Tabla 2. Gráfica de Gantt comunicación interna	46
Tabla 3. Gráfica de Gantt comunicación externa	50
Tabla 4. Calendarización de actividades	100
Tabla 5. Plan de difusión	102
Tabla 6. Plan de monitoreo y evaluación	103

Índice de Figuras

	Página
Figura 1. Ingreso a la Secretaria de la mujer	14
Figura 2. Mapa y ubicación de la Secretaría.....	15
Figura 3. Organigrama de la Secretaría	19
Figura 4. Círculo de la violencia	24
Figura 5. Árbol de problemas	26
Figura 6. Pirámide de Maslow.....	31
Figura 7. Necesidades según Maslow.....	33
Figura 8. Actividades de la Secretaría de la Mujer.....	56
Figura 9. Página web Organismo Judicial	58
Figura 10. Menú página web Organismo Judicial	59
Figura 11. Trifoliales Secretaría de la Mujer.....	61
Figura 12. Logo USAC	64
Figura 13. Logo Fundación sobrevivientes	64
Figura 14. Logotipos.....	64
Figura 15. Logotipos radios	65
Figura 16. Documentación de la Secretaria de la Mujer	66
Figura 17. Imagotipo Organismo Judicial.....	68
Figura 18. Documentación de la Secretaria de la Mujer	71

Figura 19. Diseño producto Uno.....	82
Figura 20. Diseño producto Dos.....	84
Figura 21. Diseño producto Cuatro.....	91
Figura 22. Ejemplo de correo electrónico.....	92
Figura 23. Diseño producto Cuatro.....	93
Figura 24. Diseño producto Cuatro.....	94
Figura 25. Diseño producto Cinco.....	99

Índice de Anexos

	Página
Anexos	114
Anexo 1	115 - 116
Anexo 2	117
Anexo 3	118
Anexo 4	119
Anexo 5	120 - 129
Anexo 6	130 - 141

Resumen

El trabajo de graduación “Estrategia de sensibilización para la Secretaría de la Mujer y Análisis de Género del Organismo Judicial para los Operadores de Justicia”, tiene como objetivo sensibilizar e implementar estrategia de comunicación organizacional, dirigida al público externo de la Secretaría de la Mujer y Análisis de Género del Organismo Judicial.

Esta estrategia está contemplada para promover la sensibilización con perspectiva de género en los auxiliares judiciales y a las y los jueces, para despertar conciencias y generar un cambio actitudinal, mejorar la calidad en la atención a las usuarias mediante una correcta actitud de servicio

Los fundamentos epistemológicos que se utilizaron para sustentar esta investigación, están basados en la teoría del Marketing Social de Philip Kotler y la teoría del comportamiento de Abraham Maslow. Ambas teorías están profundamente interrelacionadas, pues la teoría de Kotler apunta a lograr un cambio de actitud para los empleados públicos y se acopla perfectamente con el problema central, que es la falta de sensibilidad en la perspectiva de género.

Por su parte la teoría de Abraham Maslow, sostiene en uno de sus postulados y se refiere al comportamiento humano a través de la necesidad que tiene el hombre de reconocimiento, aceptación y el sentido de pertenencia al formar parte de un grupo social.

Para realizar el trabajo de campo, se utilizaron las técnicas de entrevistas a profundidad, la observación directa, páginas Web y la revisión documental.

Introducción

El trabajo de graduación “Estrategia de sensibilización para la Secretaría de la Mujer y Análisis de Género del Organismo Judicial para los Operadores de Justicia”, tiene como objetivo, diseñar e implementar la estrategia de comunicación y sensibilización, enfocada al público objetivo, que son las y los jueces y auxiliares judiciales de los juzgados de familia.

Así mismo se dirige al público meta que son todos los trabajadores del Organismo Judicial, con el propósito de generar un cambio de actitud en el personal que tiene a su cargo el manejo y la aplicación de justicia pronta y cumplida en el tema de violencia intrafamiliar y violencia de género, para las mujeres que son víctimas de este flagelo.

Este informe consta de seis capítulos, en los cuales se abordan los temas relevantes para poder realizar la Estrategia de Comunicación y Sensibilización.

El capítulo uno describe la situación actual de la Secretaría de la Mujer, conociendo sus antecedentes, visión y misión, así como sus principales problemas y los nuevos retos que afronta.

En el capítulo dos, se aborda los fundamentos epistemológicos, los cuales respaldan y sustentan el desarrollo de las teorías, como la de Marketing Social de Philip Kotler, que hace referencia a la disciplina que utiliza técnicas y principios de mercadeo incorporadas a la persuasión y concientización para modificar las conductas del público objetivo al cual va dirigido, para la obtención de un beneficio para el bien común.

Al mismo tiempo la teoría del comportamiento de Maslow, en la que nos describe la necesidad de reconocimiento o estima y de autorrealización. El ser humano tiene necesidad de trascender, de convertirse en el modelo ideal; esta es la cumbre a la que todo individuo quiere llegar. Ambas teorías sustentan esta investigación.

En el capítulo tres se describe la metodología utilizada, que mediante las técnicas cualitativas se utilizó para realizar el trabajo de campo para determinar las necesidades y diseñar la estrategia de comunicación y sensibilización.

El capítulo cuatro denota los resultados del trabajo de campo y el diagnóstico de comunicación, revelando las fortalezas y debilidades, siendo de suma importancia para definir la estrategia de comunicación y sensibilización.

Seguidamente en el capítulo cinco se ejecuta la estrategia de comunicación organizacional con los productos que se utilizaran para lograr sensibilizar y concientizar al público objetivo y al público meta, para obtener la Transversalización en la perspectiva de Género en el Organismo Judicial.

Por último, en el capítulo seis, se aborda el tema de los resultados esperados a futuro y cómo la estrategia de comunicación y sensibilización alcanzará los objetivos propuestos en el presente informe.

Capítulo 1

1. Diagnóstico Situacional

1.1. Naturaleza de la Organización

La Unidad de la Mujer y Análisis de Género del Organismo Judicial, es un mecanismo institucional para la promoción de los derechos humanos de las mujeres y tiene dentro de sus objetivos, contribuir a la construcción de la paz y la democracia en Guatemala, mediante la implementación y consolidación de políticas públicas tendentes a construir la igualdad entre hombres y mujeres, a efecto de disminuir la violencia contra ellas, facilitándoles su acceso a una justicia pronta y cumplida.

Creación: Por medio del Acuerdo Número 67/006 de fecha 3 de octubre 2006, de la Presidencia del Organismo Judicial y de la Corte Suprema de Justicia, se creó la Unidad de la Mujer y Análisis de Género del Organismo Judicial, con la finalidad de coordinar, asesorar y orientar en aspectos relacionados con el enfoque de Género en el Organismo Judicial, identificando las necesidades de sensibilización y capacitación, así como el cumplimiento de los tratados y compromisos internacionales o nacionales sobre derechos humanos de las mujeres y el análisis y divulgación de las estadísticas judiciales desagregadas por sexo.

Dicha Unidad, fue elevada al Nivel de “Secretaría” dentro del Organismo Judicial, según acuerdo de Presidencia Número 69-2012 y aumentó su personal de ocho a once personas.

La Secretaría de la Mujer y Análisis de Género del Organismo Judicial, fue inaugurada oficialmente el 24 de agosto de 2012 en su nueva ubicación en el Centro de Justicia de Delitos de Femicidio y otras formas de violencia contra la mujer, ante la presencia de la Señora Presidenta, Licenciada Thelma Aldana, Magistrados, jueces y medios de comunicación.



Fuente: Foto Propia.

1.2 Objetivo, Misión y Visión

Objetivo: Ser el ente coordinador, asesor y orientador en los diferentes aspectos relacionados con el enfoque de género y derechos humanos de las mujeres a efecto de incorporarlos en las políticas, planes y estrategias de desarrollo institucional del Organismo Judicial.

Misión: Somos el ente coordinador, asesor y orientador que de manera sistemática, procura la incorporación del enfoque de género en los Órganos Jurisdiccionales del Organismo Judicial y desde la planificación hasta la ejecución en la administración de justicia, así como en el funcionamiento interno de este Organismo.

Visión: Ser un equipo de trabajo integrado, poli funcional, proactivo, confiable, eficiente y con valores éticos que por medio de la experiencia, conocimientos y herramientas técnicas, sobre el enfoque de género, brinde el apoyo oportuno y eficaz para la implementación en el Organismo Judicial, de procesos y procedimientos que coadyuven a proporcionar con equidad, un mejor servicio de justicia para las mujeres.

Fuente: (<http://www.oj.gob.gt/index.php/>)

Figura 1. Ingreso a la Secretaría de la Mujer y Análisis de Género

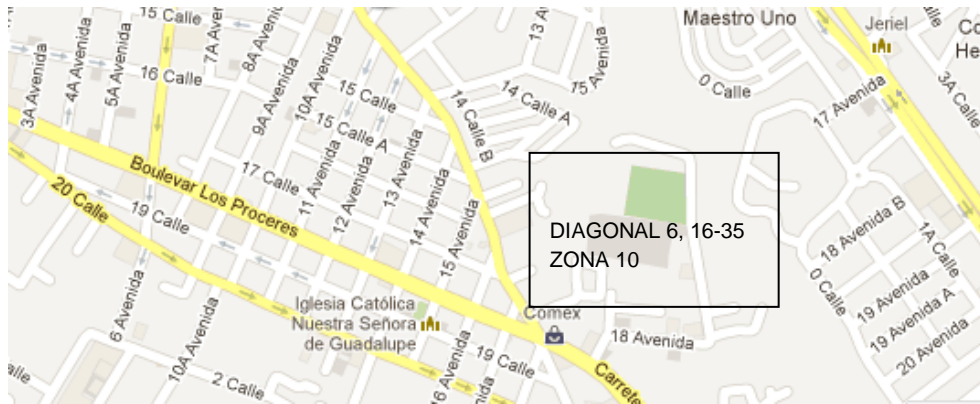


Fuente: Foto Propia.

1.3 Ubicación Geográfica

La Secretaría de la Mujer y Análisis de Género está ubicada en Diagonal 6, 16-35 zona 10, en el Centro de Justicia de delitos de Femicidio y otras formas de Violencia contra la mujer.

Figura 2. Mapa y ubicación de la Secretaría de la Mujer y Análisis de Género



Fuente: Foto www.googlemaps.com

1.4 Descripción de Actividades

Conforme lo establece la Constitución Política de la República de Guatemala, el Organismo Judicial es el encargado de impartir justicia, con independencia y potestad de juzgar. La Ley del Organismo Judicial cita que en ejercicio de la soberanía delegada por el pueblo, imparte justicia en concordancia con el texto constitucional.

1.4.1 Principales Funciones:

Considerando que la implementación del enfoque de género en la administración de Justicia en Guatemala, es una tarea que requiere de apoyo y que sus funciones deben orientarse a la identificación y erradicación de

las desigualdades y discriminaciones existentes contra las mujeres, la Unidad de la Mujer y Análisis de Género del Organismo Judicial desarrolla sus acciones en tres ámbitos principales:

A nivel de autoridades superiores de la Corte Suprema de Justicia y de política institucional:

1. Promover la incorporación e institucionalización de la perspectiva de género en la administración de justicia.
2. Realizar estudios e investigaciones para identificar y erradicar las desigualdades de género que se producen en la administración de justicia.
3. Promover la incorporación e institucionalización del derecho internacional de los derechos humanos de las mujeres en la administración de justicia.
4. Brindar asistencia técnica a las autoridades del Organismo Judicial, para la coordinación y gestión de proyectos de cooperación internacional o nacional, relacionados con la temática de género.
5. Apoyar a las Magistradas de la Corte Suprema de Justicia y dar seguimiento a los acuerdos que se suscriban en los Encuentros de Magistradas de los más Altos Órganos de Justicia de Ibero América.
6. Coordinar y redactar informes relativos a las mujeres y justicia, que soliciten organismos internacionales y nacionales al Organismo Judicial y a la Corte Suprema de Justicia.
7. Representar al Organismo Judicial en organismos e instituciones que requieran de su representación. Fuente: (<http://www.oj.gob.gt/index./>)

1.4.2 En el área jurisdiccional:

1. Promover la realización de estudios e investigaciones relacionados con el enfoque de género y la prestación de servicios de justicia en todos los juzgados del país.
2. Elaborar propuestas, orientar y asesorar sobre las acciones a realizar, que surjan de los resultados obtenidos de los estudios e investigaciones.
3. Asesorar y propiciar el diseño y ejecución de módulos de sensibilización en género dirigidos a Magistradas, Magistrados, Jueces y Juezas, con la finalidad de hacer conciencia sobre la discriminación, inequidad y la situación de las mujeres como usuarias, víctimas, victimarias, procesadas o como administradoras u operadoras de justicia.
4. Promover en las y los operadores de justicia el conocimiento y aplicación de los instrumentos internacionales de protección de los derechos humanos de las mujeres y el enfoque de género como metodología para el análisis del fenómeno legal, para garantizar la equidad e igualdad de género en la administración de la justicia.
5. Generar información, estadísticas o respuesta de formularios que solicitan organismos internacionales o nacionales al Organismo Judicial, relacionados con la situación y condición de las mujeres.

Fuente: (<http://www.oj.gob.gt/index.php/>)

1.4.3 En el área administrativa:

1. Coordinar y asesorar a la Secretaría de Planificación y Desarrollo institucional para promover que en los planes quinquenales y operativos anuales se incorporen políticas y acciones específicas

tendientes a disminuir la discriminación y desigualdad en las relaciones de género asegurando el correspondiente presupuesto.

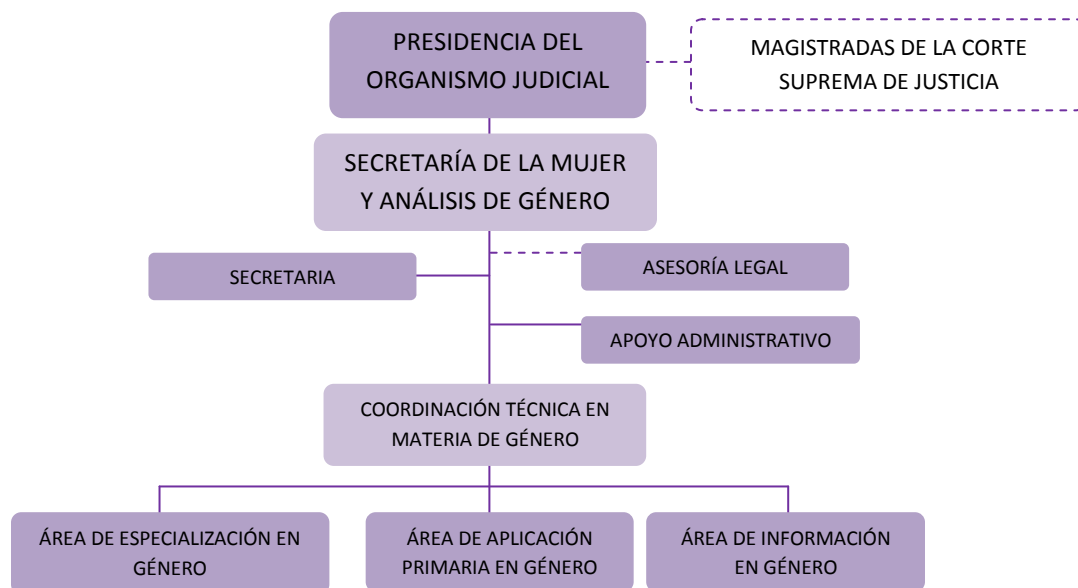
2. Coordinar y apoyar a la Secretaría de Planificación y Desarrollo institucional en el monitoreo, seguimiento y diseño de indicadores para evaluar el impacto de la incorporación del enfoque de género en todas las áreas del Organismo Judicial.
3. Coordinar con la Unidad de Capacitación Institucional eventos de capacitación para el personal administrativo y de apoyo judicial del Organismo Judicial, sobre la aplicación del enfoque de género en la atención de las personas usuarias y procesos que se atienden en este Organismo.
4. Asesorar y apoyar a la Unidad de Capacitación Institucional, para incorporar la perspectiva de género en los programas de formación de Jueces de Paz y Jueces de Instancia, así como en los cursos de actualización y capacitación continua que se imparten a Jueces, Juezas y auxiliares judiciales.
5. Promover la medición de impacto de los programas y cursos de capacitación con perspectiva de género.
6. Apoyar y asesorar al Departamento de Comunicación Social en la elaboración de material divulgativo escrito o verbal, con la finalidad de promover los derechos de las mujeres, evitando la utilización del lenguaje sexista.
7. Apoyar y orientar al Área de Estadística en la elaboración de instrumentos de recolección, procesamiento y reportes de información para la incorporación del enfoque de género en los mismos.
8. Realizar análisis de datos estadísticos aplicando el enfoque de género.
9. Formular proyectos para mejorar el servicio y acceso de las mujeres a la justicia.

10. Elaborar informes relacionados con las funciones que realiza la Unidad, así como los que le sean solicitados, relativos al enfoque de género y justicia.

Fuente: (<http://www.oj.gob.gt/index.php/>)

1.5 Actores

Figura 3. Organigrama de la Secretaría



Fuente: Secretaría de Planificación y Desarrollo Institucional

En la dirección de la Secretaría, está la Licenciada, Zenaida Patricia Escobedo Gowans, quien tiene a su cargo el manejo y la implementación de estrategias para obtener el fortalecimiento y desarrollo de la Secretaría, luego está a cargo el Coordinador Técnico en materia de género. Cuentan con la Asesoría Jurídica de una abogada, especialista en materia de género, quien es externa del personal que conforma la Secretaría. Seguido de una analista de Género en materia de Recursos Humanos, además de un equipo

multifuncional de profesionales especializados en Derechos Humanos de las mujeres, entre ellos Psicólogas y Trabajadoras Sociales.

1.6 Perfil de los Trabajadores

La Secretaría de la Mujer y Análisis de Género del Organismo Judicial, actualmente cuenta con 11 profesionales capacitadas para apoyar a los distintos entes jurisdiccionales del Organismo Judicial y a las mujeres víctimas de violencia, a las cuales les brinda atención primaria en materia de género, como apoyo psicológico y asesoría legal, refiriéndolas a las instituciones en dónde proceda darle seguimiento a sus casos, como el Ministerio Público, Coordinadora Nacional para la prevención de violencia intrafamiliar y contra las mujeres CONAPREVI, entre otras organizaciones. Para diseñar los perfiles de puesto, según las funciones y necesidades específicas de cada dependencia está la unidad de Clasificación de Puestos y Administración de Salarios de la Gerencia de Recursos Humanos del Organismo Judicial. (Ver anexo #5)

1.7 Identificar y describir factores que influyen sobre la situación de la Secretaría de la Mujer y Análisis de Género

El análisis FODA realizado en la Secretaría de la Mujer y Análisis de Género del Organismo Judicial, se observa la actual situación, en la cual destaca sus fortalezas y debilidades que son factores intrínsecos y que pueden ser controlados, no así las oportunidades y amenazas que son factores extrínsecos y que se salen del círculo de influencia.

Con esta amplia perspectiva de la situación y una planificación estratégica se puede maximizar las fortalezas y minimizar las debilidades, fortaleciendo las

áreas sensibles de mejora y potenciando las fortalezas, para acrecentar más oportunidades para el fortalecimiento de la Secretaría de la Mujer.

A través del análisis FODA podemos identificar los factores que influyen en la situación de la Secretaria de la Mujer y Análisis de Género, la cual tiene entre sus fortalezas:

1. Ser una dependencia del Organismo Judicial, lo cual le otorga un respaldo importante y la ubica en una posición estratégica, en virtud que dicho Organismo es el ente administrador de Justicia y uno de los tres poderes del Estado.
2. Esta fortaleza, sumada a que la Secretaría de la Mujer cuenta entre su personal, con un equipo multidisciplinario para capacitar a los auxiliares judiciales del Organismo Judicial en la perspectiva de género.
3. Entre las debilidades que actualmente afronta la Secretaría de la Mujer y Análisis de Género podemos señalar:
4. La baja asignación presupuestaria, la cual se convierte en una debilidad y limita la ejecución de más programas de sensibilización y divulgación.
5. El no contar con una estrategia de comunicación plenamente estructurada y específica a las necesidades de difusión que tiene la Secretaría.

ANÁLISIS FODA-DAFO

Tabla 1. Análisis FODA - DAFO

		FORTALEZAS	DEBILIDADES
Factores Internos	Factores Internos	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Ser una dependencia del Organismo judicial que es uno de los tres poderes del estado. ➤ Tener un equipo multidisciplinario. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Falta de presupuesto para capacitaciones y metodología de género. ➤ Falta de Estrategias de Comunicación.
	Factores Externos	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Respaldo por parte de las autoridades en el tema de Género. ➤ Publicaciones de material educativo para sensibilización. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Poco conocimiento dentro del Personal del Organismo Judicial sobre la Secretaría y sus funciones. ➤ Falta de sensibilización dentro de los auxiliares de Justicia que atienden a la víctima.
		OPORTUNIDADES	DO (Debilidades-Oportunidades)
		FO (Fortalezas-Oportunidades)	DO (Debilidades-Oportunidades)
		Maximizar-Maximizar	Minimizar-Maximizar
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Apoyo de Organismos Internacionales en Materia de género. ➤ El enlace con otras instituciones pro derechos humanos de las mujeres. ➤ Convenios con Instituciones Educativas como el Instituto de la Mujer de la Universidad de San Carlos. 		<ul style="list-style-type: none"> ➤ Fortalecimiento de la Secretaría. ➤ Publicaciones en material de sensibilización con el apoyo de Instituciones Educativas. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Dar a conocer a la Secretaría de la Mujer dentro de todo el Organismo Judicial. ➤ Obtener apoyo económico de Organismos Internacionales para mayor divulgación y sensibilización.
		AMENAZAS	DA (Debilidades-Amenazas)
		FA (Fortalezas-Amenazas)	DA (Debilidades-Amenazas)
		Maximizar-Minimizar	Minimizar-Minimizar
<ul style="list-style-type: none"> ➤ El tema de género es una problemática que va en aumento en la Guatemala. ➤ Falta de compromiso y conocimiento de los auxiliares judiciales en materia de género y Derechos Humanos de las mujeres. ➤ Imagen de negligencia en procesos a favor de víctimas. 		<ul style="list-style-type: none"> ➤ Aprovechar las capacidades de un equipo multidisciplinario para capacitar y sensibilizar a los trabajadores del Organismo Judicial. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Diseñar Estrategias de Comunicación para darse a conocer, sensibilizar y capacitar tanto a su público interno como externo.

Fuente: Cuadro elaboración propia.

1.8 Análisis y Pronóstico de la Situación

El pronóstico de la situación en base al análisis FODA, en el cual se pretende tener una visión más amplia de la situación de la Secretaría de la Mujer en donde se destaca tanto los factores internos, los cuales pueden ser controlados, como los factores externos que están fuera de nuestro alcance, por ende es importante utilizar una estrategia que minimice las debilidades y se maximice las fortalezas para alcanzar los objetivos trazados.

Aprovechando la fortaleza de contar con el apoyo de Organismos Internacionales y nacionales y de Instituciones educativas de prestigio como el Instituto de la mujer de la Universidad de San Carlos de Guatemala, la

Secretaría de la Mujer, podrá elaborar y difundir material didáctico y capacitaciones a los auxiliares judiciales que intervienen en el proceso de aplicación de justicia a las víctimas de Violencia de género.

Con ello, la Secretaría tendrá mayor impacto y protagonismo dándose a conocer como una dependencia destacada y muy importante dentro del Organismo Judicial y de esta manera alcanzar la sensibilización y el pleno conocimiento del tema de género en toda el área judicial y administrativa, generando importantes cambios positivos, que definitivamente impactaran en la Sociedad Guatemalteca.

1.9 Factores Indirectos

Los factores indirectos que impactan a la Secretaría de la Mujer y Análisis de Género son diversos y complejos, algunos de ellos muy arraigados en la cultura Guatemalteca, entre los más importante y relevantes podemos mencionar:

1. El factor cultural producto de una sociedad machista y paternalista que da poca o ninguna importancia a la perspectiva de género, por

considerar que es normal que la mujer esté relegada a un segundo plano.

2. El factor social, también es determinante en esta problemática, pues en nuestra sociedad todavía hay muchas personas que consideran como normal la violencia intrafamiliar, por ello no buscan ayuda ni denuncian, pagando muchas veces con su propia integridad física y por consiguiente el daño psicológico a los hijos, convirtiéndose en un círculo vicioso, pues estos hijos crecen creyendo que esta forma de vida es normal.
3. El factor económico también influye en esta problemática, pues la dependencia económica que tienen las mujeres que son violentadas en sus derechos, hace que se conformen con su situación y se abstengan de buscar ayuda, denunciar y romper con el ciclo de la violencia.

Figura 4. Círculo de la Violencia



Fuente: (http://www.medicosrd.com/noticias_articulo.php?id=397)

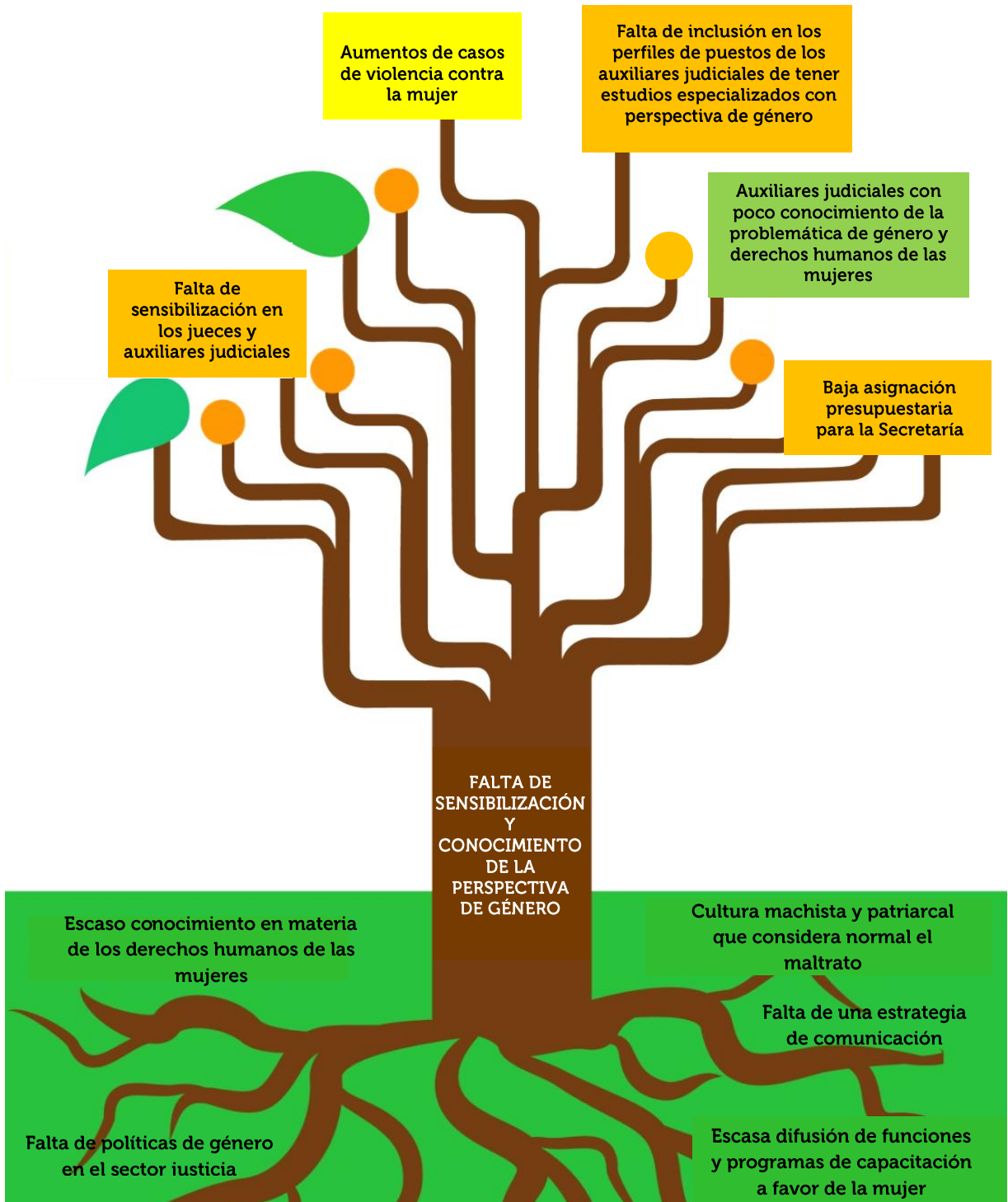
1.10 Factores Directos

Uno de los factores determinantes y que impacta de forma directa a la Secretaría de la Mujer, es el factor económico, pues con un bajo presupuesto, la ejecución de los proyectos de capacitación, difusión y sensibilización se ven disminuidos, dando como resultado un bajo impacto en los resultados.

1. El factor económico es determinante para alcanzar los objetivos, pues con un presupuesto escaso y limitado es difícil lograr difundir, sensibilizar y capacitar a los actores directos encargados de la aplicación de justicia.
2. El factor político también es de suma relevancia y su impacto en la perspectiva de género es determinante, pues tradicionalmente era un tema “tabú”, sin mayor relevancia. Es hasta ahora que dicha problemática se le ha dado la importancia que realmente tiene y que en la actual corte de Presidencia, el tema de género ha cobrado un papel protagónico.
3. En la actualidad, en la sociedad Guatemalteca el tema de género ha ido despertando conciencias y cobrando importancia, para cualquier agrupación política, tomar esta bandera para hablar y prometer apoyo es una excelente estrategia para ganar seguidores.
4. Definitivamente este factor directo es uno de los más relevantes y de mayor impacto para la Secretaría de la Mujer y Análisis de Género, el cual debe ser aprovechado para su fortalecimiento y posicionamiento, tanto dentro del Organismo Judicial, como para los Organismos Internacionales y Nacionales.

1.11 Determinación de Prioridades (Árbol de Problemas)

Figura 5. Árbol de Problemas



Fuente: Elaboración Propia

Capítulo 2

2. Fundamentos Epistemológicos

2.1. Marketing Social

Marketing social es una disciplina relativamente “joven”, se desprende del marketing “comercial” y es en la década de los 70’s cuando se conoce como tal, “los esfuerzos de esta es influir en los comportamientos buscando que los receptores mejoren su salud, prevenir lesiones, proteger el ambiente”, contribuir a las comunidades y como toda disciplina esta va evolucionando ahora busca el “mejorar bienestar financiero”. (Lee y Kotler, 2011).

Como dice Lee (2011), en Social Marketing, Influencing Behaviors for Good, “Esta disciplina orientada estratégicamente, se basa en crear, comunicar, entregar e intercambiar ofertas que tienen un valor para las personas, clientes, socios y la sociedad en general”.

Para comprender mejor el marketing social se presenta la siguiente compilación de definiciones de marketing social:

El marketing social es un proceso que utiliza los principios del marketing y técnicas para influir el comportamiento del público objetivo para beneficiar a la sociedad y a los individuos. Esta disciplina orientada estratégicamente se basa en crear, comunicar, entregar e intercambiar ofertas que tienen un valor positivo para las personas, clientes, socios y la sociedad en general. (Lee, Rothschild y Smith, 2011)

Figura. Marketing Social



Fuente: (<http://rocioneirasanchez.blogspot.com/2012/12/tendencias-actuales.html>)

Marketing Social es la aplicación de conceptos de marketing y herramientas comerciales para influir en el comportamiento voluntario de la audiencia objetiva para mejorar su vida o de la sociedad. (Andreasen, 2011)

Marketing Social 2.0, más específicamente, es la aplicación sistemática de los principios y técnicas de marketing interactivo que la participación arnés audiencia para aportar valor y alcanzar metas específicas de comportamiento para un bien social. (Bernhardt, 2011)

Marketing Social es la aplicación de los principios del marketing y herramientas comerciales donde el objetivo principal es el bien público. (Donovan, 2011)

Mercadeo social es el diseño, implementación y control de los programas que buscan influir para lograr la aceptación de ideas sociales, tomando en cuenta; planificación del producto, precio, comunicación, distribución e investigación de mercados. (Kotler, 1992)

El marketing social es un conjunto de conceptos y la evidencia basada en la experiencia y los principios que proporcionan un enfoque sistemático para entender el comportamiento y modificarlo para el bien social. No es una ciencia, sino más bien una forma de "technik", una fusión de la ciencia, la práctica práctico know-how, y de reflexión se centra en la mejora continua del desempeño de los programas destinados a la producción neta de bien social. (Lee, http://www.sagepub.com/upm-data/43373_1.pdf)

Marketing social es la disciplina que utiliza técnicas y principios de mercadeo, para modificar las conductas del público objetivo para el bien común.

Según la teoría del marketing social, para cambiar la conducta pública del autor (Kotler, 1992) se deriva del mercadeo comercial; consiste en aplicar técnicas para analizar los planteamientos y así establecer y evaluar programas elaborados con el propósito de influir en el comportamiento de las personas, para lograr una mejora en su conducta, a su vez tendrá un impacto social positivo de grandes consecuencias.

Según la teoría de (Kotler, 1992), el marketing social tiene dos características fundamentales, una de ellas es el proceso continuo y la segunda es analizar a fondo el público objetivo al que va dirigido. En el marketing social, es fundamental hacer una fusión de las dos anteriores.

El marketing social es un esfuerzo organizado que va dirigido a un conjunto de personas con el objetivo de persuadirlas para modificar una conducta, para luego convertirse en agentes de cambio. Los beneficios que se pueden

obtener al informar a los usuarios se manifestarán a corto, mediano o largo plazo, dependiendo el impacto que se genere.

Es importante conocer los índices de la demanda insatisfecha y la satisfecha, para poder identificarlas y saber qué es lo que el público necesita. Existen varios tipos de demandas, entre ellas tenemos la dañina, abstracta, latente, vacilante, irregular, dual e insatisfecha.

Aunque el marketing social es un trabajo realmente arduo, los beneficios de estas acciones se ven ampliamente a nivel social y nos permiten hacer modificaciones realmente trascendentales en la vida de todo ciudadano. Por esta razón recalamos la importancia de la difusión de las estrategias de marketing social en todas las comunidades.

Figura. Marketing y Estrategia



Fuente: (<http://rocioneirasanchez.blogspot.com/2012/12/tendencias-actuales.html>)

En Marketing social, podemos decir que, como todo en la vida tiene un precio; en este caso generalmente es intangible como el tiempo, el trabajo realizado, no obstante, también puede generar un valor monetario a mediano o largo plazo.

Específicamente en el caso del Marketing social, que para este estudio, se implementará para generar un cambio en la conducta pública de los auxiliares judiciales, los cuales serán el objeto a generar dicho cambio, mediante la sensibilización y el enfoque que estamos realizando para alcanzar el objetivo.

2.2. Teoría de las Necesidades Humanas de Maslow

Es una de las teorías más conocidas, la característica de esta estructurada por cinco jerarquías formando una pirámide ascendente, en donde las necesidades prontas están en la base hasta llegar a las necesidades que en muchas ocasiones la mayoría de las personas no satisfacen. “Maslow formula en su teoría una jerarquía de necesidades humanas y defiende que conforme se satisfacen las necesidades más básicas (parte inferior de la pirámide), los seres humanos desarrollan necesidades y deseos más elevados (parte superior de la pirámide)”.

Figura 6. Pirámide de Maslow



Fuente: (<http://motivacionlaboral.galeon.com/teorias.htm>)

De acuerdo a la estructura anterior las necesidades identificadas son las siguientes:

Necesidades fisiológicas: son las necesidades prioritarias de ser humano e imprescindibles para la sobrevivencia, esto significa que el ser humano puede carecer de todas las demás necesidades o no estar satisfecha en las demás, pero, no puede carecer de estas primeras, el individuo buscarán ante todo satisfacer estas: respirar, beber agua, alimentarse, dormir, eliminar desechos corporales, evitar el dolor, sexo, ambiente cálido entre otras.

Necesidad de seguridad: son las relacionadas con el orden y la seguridad, el ser humano necesita sentirse seguro, de tener estabilidad, orden, protección y dependencia. “Las necesidades de seguridad muchas veces son expresadas a través del miedo, como: el miedo a lo desconocido, el miedo al caos, el miedo a la ambigüedad y el miedo a la confusión. Las necesidades de seguridad se caracterizan porque las personas sienten el temor a perder el manejo de su vida, de ser vulnerable o débil frente a las circunstancias actuales, nuevas o por venir”.

Fuente:

(<http://www.webdelprofesor.ula.ve/economia/mcesar/tema1/maslow.pdf>)

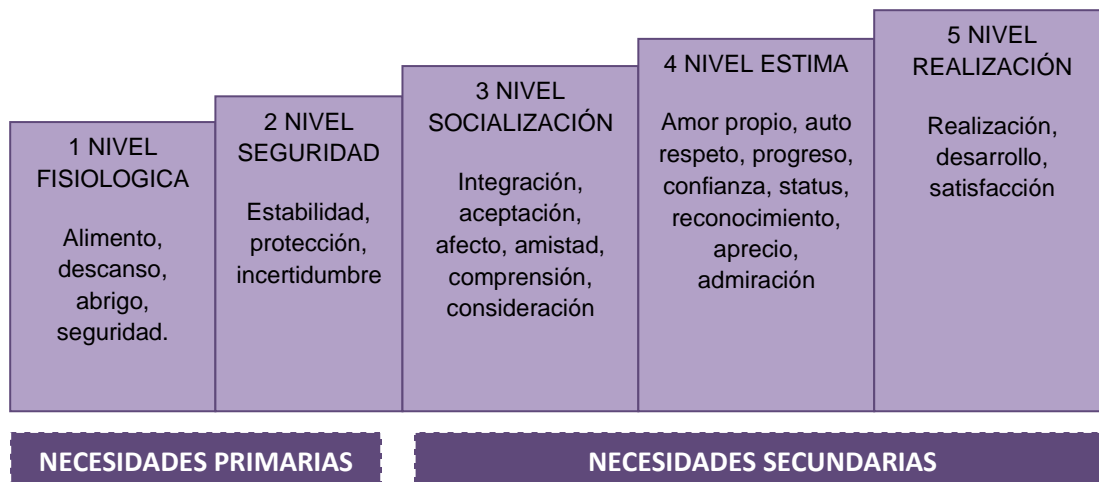
Necesidad sociales o de pertenencia: el ser humano es social, necesita de una interacción con sus congéneres, necesita ser aceptado como miembro de un grupo, de una familia, trabajar para el bien común con otros, algunos pueden decir que es el egoísmo hace que el individuo se asocie, como lo dice Adam Smith en la riqueza de las naciones, pero Maslow indica que es una necesidad y está subordinada a las anteriores, pues, por medio de estas el individuo llegará a satisfacer.

Necesidad de reconocimiento o estima: al llegar a este punto el ser humano ha satisfecho las primarias, se alimenta, tiene una relación estable, tiene una

casa donde vivir, y pertenece a un grupo, el estar en un grupo hace que las personas necesiten sobresalir del grupo, esto está relacionado con la autoestima y el amor propio, estas son necesidades de fama, éxito social, gloria, reputación entre otras, el ser humano necesita sobresalir de los demás.

Necesidad de autorrealización: el ser humano tiene necesidad de trascender, convertirse en el ideal, es la cumbre que todo individuo quiere llegar, pero no todos llegan, solo satisfechas las otras pueden llegar a esta última, es tal vez por ello que tal vez Maslow lo dibuja como pirámide, donde la base está colonizada por todos, pero son pocos los que alcanzan la cima, la autorrealización humana de trascender.

Figura 7. Necesidades según Maslow



Fuente: <http://www.webdelprofesor.ula.ve/economia/mcesar/tema1/maslow.pdf>

Maslow señala que son las necesidades no satisfechas las que influyen en la conducta, pues esta no satisfacción genera que el individuo actúe con el objetivo de alcanzar y satisfacer.

Las características de la teorías de las necesidades de Maslow indica sólo satisfecha una primaria surge la necesidad de satisfacer una de nivel más arriba, pues esta primaria deja de ser motivadora en el comportamiento.

Las necesidades que se ubican en jerarquías altas son difíciles de alcanzar, la mayoría de las personas se quedan en los niveles bajos, y muchas no tienen la necesidad de estas, recordando que solo las fisiológicas nacen con el ser humano, todas las demás surgen en el transcurso de su vida.

“Toda persona posee siempre más de una motivación. Todos los niveles actúan conjuntamente en el organismo y dominan las necesidades más elevadas sobre las más bajas, desde que estas se hayan adecuadamente satisfecho o atendido. Su efecto sobre el organismo es siempre global y de conjunto y nunca aislado”.

“Cualquier comportamiento motivado es como un canal por el cual muchas necesidades fundamentales, pueden ser expresadas o satisfechas conjuntamente. Cualquier posibilidad de frustración de la satisfacción de ciertas necesidades, se considera una amenaza psicológica y estas amenazas son las que producen las reacciones generales de emergencia en el comportamiento humano”.

Fuente:

(<http://www.webdelprofesor.ula.ve/economia/mcesar/tema1/maslow.pdf>)

2.3. Relación de los Fundamentos Epistemológicos con el proyecto

El o la juez juega una imagen del “yo ideal” en la sociedad, se le tiene admiración, es una persona con liderazgo y poder que influye en las

personas, su presencia trae sumisión; no obstante en la sociedad guatemalteca sucede lo contrario y en algunos casos, al juez se le ve como una persona insensible autoritaria; en otros casos no tiene la capacidad para ejecutar por la saturación de trabajo.

Es por ello necesario cambiar esta actitud y conducta, y venderle esta idea al público objetivo (las juezas y los jueces del Organismo Judicial). Además, se debe “despertar” la necesidad de respeto y admiración con las personas que atiende.

Los fundamentos de mercadeo social y del comportamiento respaldan el proyecto de comunicación organizacional, pues el público objetivo (juezas y jueces), necesita saber el poder que tiene y cómo influye en las personas.

La necesidad de aceptación es de dos vías, una es que la o el juez comprenda que es parte de un todo (sociedad donde hay mujeres y hombres), las mujeres que llegan en busca de ayuda, necesitan seguridad y son las y los jueces quienes tienen el poder de cambiar la situación que se vive. Poniéndose en el lugar de las víctimas, y comprender la situación de ellas.

Como dice Maslow las personas tienen necesidad de reconocimiento o estima esto está relacionado con la autoestima y el amor propio, estas son necesidades de fama, éxito social, gloria, reputación entre otras, el ser humano necesita sobresalir de los demás.

Capítulo 3

3. Metodología Aplicada

3.1. Tipo de Investigación

Para realizar el Diagnóstico Situacional y el Diagnóstico Comunicacional en la Secretaría de la Mujer y Análisis de Género, se realizó un trabajo de campo para determinar las formas y tipos de comunicación que utilizan y establecer si poseen una estrategia de comunicación.

Al realizar el análisis FODA identificando las raíces del problema, el problema central y sus efectos o consecuencias, para implementar las estrategias que conduzcan a ejecutar una solución viable.

Para ello se utilizó la investigación de Campo, la cual se basa en la recolección de datos específicos para poder dar respuesta a preguntas definidas, entrando directamente en el área a investigar. Se recolectan datos que se obtienen a través de entrevistas, cuestionarios, encuestas y observaciones.

La metodología cualitativa es una de las más utilizadas para investigar a grupos pequeños, esta se caracteriza por trabajar con instrumentos de análisis, siendo una investigación que no cuantifica en número, sino establece una cualidad o característica que clasifica a cada caso en una de varias categorías. Los grupos focales, las entrevistas a profundidad y la observación constituyen la metodología o técnica cualitativa de recolección de datos o de información y que se realiza a grupos homogéneos.

El grupo de profesionales que conforman el equipo multidisciplinario de trabajo en la Secretaría de la Mujer y Análisis de Género es conformado por once personas. Por razones de conveniencia al servicio y la naturaleza de sus funciones, las cuales son asesorar, apoyar y dar acompañamiento en la ruta crítica de la denuncia de la violencia a las víctimas, el desempeño de sus funciones es fuera de las instalaciones de la oficina.

Otra parte de sus funciones es dar asesoría como psicólogas o trabajadoras sociales en los juzgados de familia; además de las constantes reuniones de trabajo con las magistradas en presidencia o en actividades con las demás organizaciones pro derechos de las mujeres.

Esta condición, fue determinante al momento de realizar las entrevistas, razón por la cual se ejecutaron cuatro entrevistas a profundidad directamente con el personal que se encontraba físicamente en las instalaciones de la Secretaría de la Mujer.

Además de lo anterior, también se realizó una entrevista al Jefe de Divulgación del Departamento de Comunicación Social, la cual enriqueció las entrevistas realizadas en la Secretaría de la Mujer. Por ello se determinó utilizar la metodología de investigación cualitativa, la cual es idónea para investigar a grupos pequeños por su factibilidad y viabilidad, lo que favorece su realización.

3.2. Universo

El universo de la población es de once profesionales, quienes forman parte del equipo multidisciplinario que integran la Secretaría de la Mujer y Análisis de Género del Organismo Judicial.

3.3. Muestra

Durante el proceso de investigación la Unidad de la Mujer y Análisis de Género, la elevaron a Secretaría, por ello las dificultades de tipo administrativas en torno al cambio, son latentes en este punto, pues, a pesar de ser un grupo reducido no se logró investigar a la totalidad del universo, es por ello que para las entrevistas se utilizó el correo electrónico y otras de manera personal para alcanzar el objetivo.

Cabe mencionar que los contratiempos son de tipo coyunturales, pues las integrantes de la Secretaría, difícilmente se encuentran todas reunidas al mismo tiempo en las oficinas, en virtud que las funciones del puesto de varias funcionarias, es de campo, motivo por el cual, no fue posible entrevistarlas en su totalidad, a pesar de estar anuentes al tema.

La muestra a la que se le realizó las entrevistas a profundidad es del 36.4% del universo. Esto da como resultado que se realizaron cuatro entrevistas a profundidad a las distintas profesionales que forman parte de la Secretaría de la Mujer y Análisis de Género del Organismo Judicial.

Es importante destacar que a través de la técnica de la observación directa, la cual fue ejecutada en cada visita realizada a dicha Secretaría; cada integrante fue observada en todo su entorno, teniendo la oportunidad de conocerlas en sus funciones y atribuciones, lo cual refuerza los datos obtenidos.

3.4 Herramientas

Las herramientas utilizadas para realizar las entrevistas, fue una guía de preguntas o temas y para realizar la observación se utilizó la guía de observación, la cual comprende diversos temas relevantes, los cuales nos permitieron determinar puntos importantes de la estructura de la Secretaría.

3.4.1 Revisión Documental (objetivos)

El objetivo de realizar la revisión documental, es profundizar en el conocimiento de la que antes fuera la Unidad de la Mujer; conocer sus orígenes, objetivos y razón de ser y cómo fue alcanzado su desarrollo, posicionamiento e importancia dentro del Organismo Judicial, hasta lograr, ser elevada de nivel y convertirse en Secretaría de la Mujer y Análisis de Género del Organismo Judicial.

Así mismo, este análisis documental, nos permitió determinar las debilidades de comunicación y divulgación que afronta la Secretaría de la Mujer, para poder implementar una real y efectiva Estrategia de Comunicación Organizacional, que desarrolle la sensibilización, divulgación y la constante capacitación, mediante la Transversalización del Organismo Judicial.

Con esto, la Secretaría de la Mujer y Análisis de Género, logrará posicionarse como una importante y funcional dependencia del Organismo Judicial, que a través de talleres, capacitaciones y sensibilización a los auxiliares judiciales, obtendrá como resultado apoyar a las víctimas de violencia, en materia de género, convirtiéndose en un ente generador de cambios que impacten positivamente a la sociedad Guatemalteca.

3.4.2 Árbol de problemas

El árbol de problemas se determinó a través de los datos obtenidos en las entrevistas a profundidad. El objeto del árbol de problemas, es cambiar lo negativo a positivo, pues ayuda a determinar y delimitar claramente el problema central.

Mediante el método de observación directa, el cual fija los sentidos sobre un determinado aspecto de la realidad del fenómeno que se estudia

descriptivamente para su análisis. Este método permitió ver la situación del problema de forma global y delimitarlo.

Además se entrevistó al Jefe de divulgación del Departamento de Comunicación Social, quien compartió valiosa información sobre las formas de comunicación que mantienen entre la Secretaría y el Departamento de Comunicación Social, el cual nos dejó ver las debilidades que tienen y la falta de una estrategia de comunicación.

3.4.3 Análisis FODA

Para realizar el análisis Foda, se utilizó la herramienta de la Observación directa y las entrevistas a profundidad. Ambas herramientas incorporadas a las visitas personales y la revisión documental, permitieron determinar el análisis FODA. A través de los temas contenidos en la guía de temas y de observación; además de extensos diálogos sostenidos con la Licenciada Delia Castillo, quien es una experta conocedora del tema, además de ser una de las fundadoras de dicha dependencia.

El análisis se determinó en buena parte mediante la Observación Directa y preguntas realizadas en las entrevistas a profundidad. Algunos de ellos como comunicación interna, externa, de crisis, actividades internas, como las que realizan con otras organizaciones nacionales e internacionales; todo esto permitió conocer y establecer un análisis completo de la situación, de la comunicación y las necesidades existentes.

Uno de los objetivos más importantes en el análisis FODA, es determinar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de la institución para establecer las estrategias del análisis DAFO que minimicen las debilidades y amenazas mediante sus fortalezas y oportunidades.

Este análisis FODA se efectuó con la información recabada en las entrevistas a profundidad y la observación directa que se practicó en la Secretaría de la Mujer.

3.4.4 Entrevistas

El principal objetivo por el cual se realizaron las entrevistas a profundidad al equipo de profesionales que integran la Secretaría de la Mujer, fue para la recolección de datos e información y determinar la situación actual, mediante el análisis FODA y el árbol de problemas para establecer el problema central.

Como producto de lo anterior, se determinó utilizar el método cualitativo por ser uno de los mejores métodos de recolección de información que más se aplica a grupos pequeños sujetos a un estudio, dada su versatilidad para profundizar en los temas que se desean investigar.

Para ello se realizó las entrevistas a profundidad y la observación directa y dirigida a las integrantes de la Secretaría de la Mujer y Análisis de Género; entre alguna de ellas como Psicólogas, Trabajadoras sociales, Administradoras de Empresas, entre otras profesionales que conforman el equipo multidisciplinario de la Secretaría de la Mujer.

Las entrevistas se realizaron de forma mixta, iniciando con una breve charla cordial; no obstante, por factores de tiempo y la presentación e inducción del nuevo personal que estaba tomando posesión de sus cargos en dicha dependencia, no fue posible concluir la entrevista de forma personal, motivo por el cual el resto de los temas se completó por teléfono y vía Correo Electrónico. (Ver anexo 6)

3.4.5 Observación directa

Observar, en investigación, significa fijar los sentidos sobre un determinado aspecto, total o parcial, de la realidad del fenómeno que se estudia. Por lo tanto la observación no depende solo del sentido de la vista; más bien es la visión integral y resumida que el investigador obtiene del fenómeno.

La observación directa se da cuando el investigador observa el fenómeno y recolecta la información. (Piloña, 2011)

La técnica de la Observación directa que se utilizó para estudiar y profundizar en la situación actual y realizar el Diagnóstico Comunicacional de la Secretaría de la Mujer, fue sumamente importante y valiosa, pues a través de ella se recolectó la mayor parte de información; en virtud que por diversas razones, algunas de logística y por encontrarse la Secretaría en un proceso de muchos cambios, tanto en funciones, nuevos enfoques y el traslado físico a las nuevas instalaciones, no fue tarea fácil contactarse con el equipo y tener una retroalimentación directa.

Para realizar la Observación directa, en la cual el sujeto es objeto del conocimiento; en este caso fue la Licenciada Delia Castillo, quien se involucró como parte del fenómeno de estudio. Para esta técnica se utilizó como instrumento una guía de observación. (Ver anexo 3)

3.5 Método de Análisis

El método de análisis utilizado es el Método Inductivo, el cual supone para el investigador partir de lo particular hasta llegar a lo general, por ello es el método científico más usado.

El método inductivo o inductivismo, como lo llaman algunos estudiosos de este campo, se funda en la premisa que el investigador inicia analizando pequeños temas. El inductivismo se basa en la observación de los hechos,

para registrarlos, clasificarlos y analizar el estudio de estos hechos en concreto.

A través de este método, se pudo establecer grandes generalidades tanto de la Secretaría de la Mujer y Análisis de Género, así como de las demás Dependencias que se interrelacionan con la misma. Una de ellas, fue la información proporcionada por el Departamento de Comunicación Social, el cual nos permitió observar que hay poca retroalimentación entre la Secretaría de la mujer y el Departamento de Comunicación Social.

Capítulo 4

4. Diagnóstico Comunicacional

4.1. Comunicación Interna

La comunicación interna es el tipo de comunicación que utiliza el equipo multidisciplinario que integra la Secretaría de la Mujer y Análisis de Género del Organismo Judicial y los demás actores con quienes se interrelacionan para el desempeño de sus funciones, con las Magistradas de la Presidencia y el Departamento de Comunicación Social del Organismo Judicial, el cual se encarga de la divulgación y difusión de sus actividades.

Para realizar el diagnóstico de Comunicación a la Secretaría de la Mujer, se utilizó la técnica de entrevistas a profundidad y la Observación Directa; ambas técnicas se les practicaron a cuatro integrantes de la Secretaría, así como al Jefe de Divulgación del Departamento de Comunicación Social. En la investigación de campo se pudo observar que los resultados que reflejan las entrevistas, indican que las integrantes de la Secretaría se comunican de forma cordial, dinámica, fluida y apropiada; además que dicen no tener problemas de comunicación.

En entrevista realizada al Licenciado Byron Josué de León Lima, Jefe de divulgación del Departamento de Comunicación Social, el 16 de agosto de 2012, se pudo determinar que la comunicación interna que se maneja entre la Secretaría de la Mujer y el Departamento de Comunicación Social, es poco dinámica, en virtud que dicho Departamento maneja una enorme demanda que genera atender a todo el Organismo Judicial, el cual es sumamente

grande, diverso y complejo, por consiguiente el método de trabajo que utilizan es estar a la espera de los requerimientos de sus servicios por parte de las distintas dependencias que conforman el Organismo Judicial. En este caso, es la Secretaría quien los contacta para informarles y que publiquen sus actividades como el día de la mujer, día de la madre y el día de la no violencia contra la mujer o requerir el apoyo para la impresión de material documental de género, compendio de leyes y trifoliales.

GRÁFICA DE GANTT

Comunicación Interna

Tabla 2. Gráfica de GANTT Comunicación Interna

GUÍA DE TEMAS	ENTREVISTADA A	ENTREVISTADA B	ENTREVISTADA C	ENTREVISTADA D
TEMA 1 ¿En alguna oportunidad han tenido problemas de Comunicación interna entre los miembros de la dependencia?	No	No	No	No
TEMA 2 ¿Qué canales de comunicación utilizan internamente?	<p>Comunicación escrita y oral, ambas de manera formal è informal.</p> <p>Se llevan a cabo reuniones de equipo de forma semanal o bien según prioridades establecidas en el desarrollo de actividades asignadas.</p> <p>Así mismo, reuniones de tipo bilateral en actividades específicas entre la Dirección y las diferentes áreas de trabajo.</p>	<p>Comunicación escrita: Memorándums, oficios, correo electrónico.</p> <p>Comunicación Verbal: Reuniones semanales de trabajo, vía telefónica.</p>	<p>Reuniones de equipos semanales, memos, entre otros.</p>	<p>En la Unidad, ha existido un verdadero trabajo y sentido de grupo, pues somos un equipo interdisciplinario que desde su especialidad cada una aporta sus saberes y experiencias para el abordaje de la problemática del respeto y vigencia de los derechos humanos de las mujeres, por ello la comunicación es muy abierta, fluida y cálida. Los mecanismos internos más utilizados de comunicación son:</p> <p>a) Generalmente los lunes tenemos reunión de trabajo, en las cuales se coordina la ejecución del trabajo, definiendo con claridad las actividades que realizará cada una.</p>

GUÍA DE TEMAS	ENTREVISTADA A	ENTREVISTADA B	ENTREVISTADA C	ENTREVISTADA D
				Estas reuniones también se realizan cuando surgen otras actividades no previstas para esa semana, ejemplo la elaboración de un informe especializado. b) Constantemente recibimos correos electrónicos informativos, memorándums, copias de documentos y una excelente comunicación verbal.
TEMA 3 ¿Existe retroalimentación por parte de las autoridades?	Sí, en todos los casos, de forma escrita y oral.	Si, por medio de las reuniones de trabajo.	Si	Si recibimos información de las actividades por los canales establecidos.
TEMA 4 ¿Cuentan con suficiente información para realizar su trabajo de forma apropiada?	Sí, ya que existe información interna con las diferentes dependencias del Organismo.	Si	Si	Si, por la comunicación constante y porque cada una desde su especialidad aporta elementos para facilitar el desarrollo del trabajo.

Fuente: Elaboración Propia

Según el análisis realizado entre las entrevistas a cuatro integrantes de la Secretaría de la Mujer y una entrevista al Jefe de divulgación del Departamento de Comunicación Social, se pudo determinar que hay un sesgo en la información recabada referente al tema de comunicación interna, pues mediante la técnica de observación directa y dirigida, se estableció que la comunicación interna que maneja la Secretaría de la mujer, es buena, sin

embargo, con las autoridades de Presidencia, no siempre se utilizan los canales adecuados para una comunicación clara y fluida; un ejemplo es la poca información referente a las fechas de traslado de las instalaciones de la Secretaría de la Mujer hacia el recién inaugurado Centro de Justicia de Delitos de Femicidio y otras formas de Violencia contra la Mujer.

4.1.1 Estrategia de Comunicación

En la entrevista realizada al Jefe de Divulgación del Departamento de Comunicación social y la observación directa y dirigida se pudo establecer que no cuentan con una Estrategia de Comunicación especialmente diseñada para las necesidades de la Secretaría de la mujer. En la actualidad, únicamente cuentan con un espacio dentro de la Página Web del Organismo Judicial en la cual publican información de las actividades más relevantes, sin embargo no está actualizada a los últimos cambios que se han dado dentro de la Secretaría. Esto además de brochures, afiches y algunas publicaciones de texto para la sensibilización de género.

4.1.2 Comunicación Descendente

Según el resultado de las entrevistas realizadas se llegó a la conclusión que el líder se comunica bien con el grupo, siempre hay puertas abiertas, pero esta no pasa de los mandos medios. Sin embargo, en el análisis de la observación, se refleja que esta práctica no siempre es así, esto se puede reforzar con los resultados de la observación directa y dirigida, en la cual se determinó que en ciertas ocasiones la información no llega oportunamente pues se pudo determinar algunas faltas de coordinación del líder para transmitir información pronta y puntual la Dirección de la Secretaría.

4.1.3 Comunicación Ascendente

Esta es la Comunicación que se establece a través de los mandos medios de la Secretaría hacia los mandos altos de la Presidencia del Organismo Judicial. Como se puede observar en la gráfica de Gantt, mantienen una buena comunicación con los altos mandos que conforman la Presidencia del Organismo Judicial. Mediante la Observación directa, no se encontró ningún sesgo; sin embargo, cabe mencionar que dicha comunicación es sensible de mejora, con el objeto de cabildear entre las altas autoridades para alcanzar el fortalecimiento, posicionamiento, la difusión y divulgación de la importante labor que realiza la Secretaría de la Mujer y Análisis de Género.

GRÁFICA DE GANTT

Comunicación Externa

Tabla 3. Gráfica de GANTT Comunicación Externa

GUÍA DE TEMAS	ENTREVISTADA A	ENTREVISTADA B	ENTREVISTADA C	ENTREVISTADA D
<p>TEMA 1</p> <p>¿La Secretaría tiene contemplado Proyectos de difusión, divulgación o Capacitación en el tema de Género? ¿Cómo?</p>	<p>Si, a nivel institucional con el Departamento de Comunicación Social, la unidad de Capacitación Institucional.</p>	<p>Si, Se tienen contempladas capacitaciones y proyectos de sensibilización dirigidas a personal del Organismo Judicial, así mismo se tienen programadas actividades en conmemoración del Día de la No Violencia, Día de la Mujer, Día de Derechos Humanos y Día de la Madre.</p>	<p>Planificar, organizar y ejecutar actividades de sensibilización con perspectiva de género y Violencia contra la Mujer, a través de la realización de Obras de Teatro y Transmisión de Películas, en el marco de las conmemoraciones de días festivos y por la paz, como: Día Internacional de la Mujer, Día de las Madres, Día de la No Violencia Contra la Mujer, Día Mundial de los Derechos Humanos, entre otras. Coordinar las gestiones para la realización de videoconferencias que se desarrollan en el marco del Observatorio de Justicia y Género.</p> <p>Desarrollo de capacitaciones en materia de Derechos Humanos de las Mujeres y Talleres de Auto cuidado y Manejo de Stress</p>	<p>Se elabora material divulgativo tales como afiches, trípticos que es enviado a todos los Juzgados y tribunales del país. Así mismo se elabora material educativo como apoyo a las capacitaciones, en el cual se incluye información de la Unidad.</p> <p>En las capacitaciones se inicia con la explicación de que es la unidad, su misión, visión y funcione</p> <p>La Unidad de la Mujer y Análisis de Género en coordinación con la Unidad de Capacitación Institucional, ha logrado un significativo avance en la promoción y respeto de los derechos humanos de las mujeres, al incluir el estudio de esta problemática</p>

GUIA DE TEMAS	ENTREVISTADA A	ENTREVISTADA B	ENTREVISTADA C	ENTREVISTADA D
			laboral, dirigidos a Magistrados y Magistradas de Sala, Jueces y Juezas, Personal Administrativo y de Apoyo Judicial.	en los procesos de formación inicial dirigidos a aspirantes de las judicaturas de paz e instancia.
TEMA 2 ¿Cuentan con una estrategia de Comunicación?	Sí, se trabaja en coordinación con el Departamento de Comunicación Social.	Se coordina con el Departamento de Comunicación Social.	Coordinación directa con el departamento de Comunicación Social para cualquier estrategia de comunicación externa.	Si pero no escrita, ni sistematizada.
TEMA 3 ¿Qué medios de comunicación utilizan externamente?	La principal, puede decirse que es comunicación escrita por medio de trifoliales, afiches, compendios, leyes y documentos escritos, para conocimiento y sensibilización en materia de Derechos Humanos de las Mujeres y temas vinculantes como niñez, familia, adulto mayor, violencia contra la mujer, ruta de la denuncia en casos de Femicidio, la cual se lleva a cabo a nivel de toda la República en los diferentes juzgados y a nivel interinstitucional según requerimiento.	Se distribuye material promocional y divulgativo tales como: Trifoliales, Afiches, Se realizan entrevistas de Televisión y Radio, se realizan además comunicados de prensa en actividades conmemorativas.	Medios televisivos y radiales que visitan la Secretaría y diferentes actividades en programas de radio y televisión a los cuales es invitada la secretaria a presentar ponencias de la situación actual en Guatemala en materia Derechos Humanos de las Mujeres.	El material divulgativo popular y la participación en tele noticieros, radio, en actividades organizadas por otras organizaciones o instituciones y en otras acciones coordinadas con el Departamento de Comunicación Social del OJ, con quienes existe una muy buena coordinación de trabajo.
TEMA 4 ¿En alguna ocasión han enfrentado Comunicación en Crisis?	No	No	No	No

Fuente: Elaboración Propia

Según el análisis realizado entre las entrevistas a cuatro integrantes de la Secretaría de la Mujer y una entrevista al Jefe de divulgación del Departamento de Comunicación Social, se pudo determinar que hay un sesgo en la información obtenida a través de las entrevistas a profundidad y la técnica de observación directa; en virtud que si bien es cierto la comunicación ascendente es buena, de forma clara y fluida, mediante una comunicación profesional y de retroalimentación.

No obstante la comunicación hacia el público externo que son las y los trabajadores que forman parte del Organismo Judicial y que es uno de los actores importantes para esta dependencia, conocen muy poco del trabajo y la razón de ser de la Secretaría de la Mujer y Análisis de Género dentro de la institución.

4.1.4 Comunicación Horizontal

La comunicación eficaz y eficiente es una necesidad impostergable para mantener el buen desempeño laboral. Fomentar este tipo de comunicación, hacer partícipes a los equipos de trabajo de las distintas dependencias que forman parte del Organismo Judicial de lo que se hace en la institución, crea un sentimiento de pertenencia, inspira confianza y estimula al talento humano, a dar lo mejor de sus competencias creando una nueva Cultura Institucional.

Esto se establece mediante el trabajo de campo realizado y la utilización de las técnicas de investigación como las entrevistas a profundidad y la observación directa dirigida, se pudo determinar que las integrantes de la Secretaría de la Mujer y Análisis de Género del Organismo Judicial, mantienen una comunicación, empática, solidaria y de mucho respeto como un auténtico equipo multidisciplinario. La comunicación horizontal que se dá entre las dependencias que se interrelacionan para la ejecución de sus

funciones es profesional y cordial. Sin embargo es muy escaso con otras dependencias del Organismo, las cuales también son de mucha relevancia para poder alcanzar los objetivos trazados.

4.1.5 Comunicación en Crisis

Como se visualiza en las gráficas de Gantt, de los resultados obtenidos por medio de las entrevistas a profundidad, todas las entrevistadas coinciden en que no han tenido ningún problema de comunicación de ese tipo y mediante la técnica de Observación directa, tampoco se determinó que hayan tenido una comunicación en crisis; sin embargo se sugiere tener un plan de contingencia con estrategias definidas y establecidas ante los posibles cambios o situaciones convulsas que se puedan dar en la sociedad en materia de derechos humanos de las mujeres en el sector justicia. Esto con el propósito que la Secretaría pueda tener un plan de contingencia y capacidad de respuesta inmediata ante situaciones de comunicación en crisis.

4.1.6 Comunicación Institucional

La Secretaría de la Mujer por ser una dependencia de una importante Institución Pública, el cual es uno de los tres poderes del estado, por lo que no tiene relación con entes corporativos o de iniciativa privada. Sin embargo, si sostiene estrecha comunicación con organizaciones de la sociedad civil y organizaciones de apoyo pro derechos humanos de las mujeres como:

- La Secretaría de la presidencia de la mujer
- Ministerio Público
- Defensoría de la Mujer Indígenas

- Fundación Sobrevivientes
- Instituto de la Mujer, de la Universidad de San Carlos
- Centro de Investigación, Capacitación y Apoyo a la mujer
- Defensoría de la Mujer: procuraduría de los Derechos Humanos

Estas son algunas de las organizaciones con las cuales la Secretaría de la Mujer tiene relación y se comunica institucionalmente, pues dependiendo de los casos y del análisis Psicológico de las víctimas, se define y se les asesora para que ellas se dirijan a dichas organizaciones para ser atendidas y ayudarlas en el proceso de la ruta de la denuncia.

4.1.7 Identidad Institucional

La identidad Institucional de la Secretaría de la Mujer es muy positiva. Además de pertenecer al Organismo Judicial, es una labor que crea un sentido de identidad muy profundo, pues es una de las Instituciones del Estado con mayor solidez, que a través del pacto colectivo de condiciones de trabajo, se han alcanzado importantes logros para todos sus trabajadores. Es un buen patrono, el cual ofrece beneficios adicionales a los de cualquier otra dependencia.

En la Secretaría de la Mujer, se determinó mediante las entrevistas a profundidad que se realizaron; que existe una relación muy cordial, respetuosa, solidaria, empática y un gran orgullo de formar parte de un equipo de profesionales multidisciplinarias.

En las entrevistas a profundidad que se realizaron, se pudo observar que todas las integrantes, conocen muy bien la misión y visión de la Secretaría como también las metas trazadas para lograr el fortalecimiento de la Secretaría de la Mujer.

Es importante mencionar que en ciertas ocasiones se utiliza uniforme únicamente para las actividades de capacitación o eventos de relevancia, no se utiliza para el diario. Este uniforme consiste en un Saco y Pantalón de color negro, con blusa de color lila o morada.

4.1.8 Actividades de Relaciones con los empleados

Las actividades en las que participan son variadas, una de ellas, son las reuniones que realizan todos los lunes a primera hora, con el objetivo de planificar las actividades que se realizarán durante la semana, además de comunicar cada una sus experiencias obtenidas en el ejercicio de sus funciones para enriquecer su labor, cada una en sus funciones.

Además de esto realizan una vez al mes Videoconferencias, el segundo martes de cada mes, en las cuales participan exponentes de otros países como España, Portugal y varios países de América Latina, en donde las magistradas representantes del Poder Judicial de sus países, hacen acuerdos, asumen compromisos en materia de Derechos Humanos de las Mujeres y la ley de explotación y trata de personas.

4.1.9 Actividades de Capacitación con los empleados

El equipo multidisciplinario que conforma la Secretaría de la Mujer está en constante capacitación, pues todos los meses tienen Videoconferencias con diversas organizaciones de los Organismos del Poder Judicial de los países participantes; esto hace mantener una constante capacitación y actualización en la problemática de género y de derechos humanos de las mujeres.

Figura 8. Actividades de la Secretaría de la Mujer

Unidad de la Mujer y Análisis de Género realiza videoconferencia

La Unidad de la Mujer y Análisis de Género del Organismo Judicial, en coordinación con la Fundación Justicia y Género de Costa Rica, transmite en el marco del Observatorio de Justicia y Género, cátedras virtuales de manera mensual, con el fin de facilitar un espacio de reflexión y análisis de la justicia con perspectiva de género.



El propósito principal de estas videoconferencias es dar a conocer experiencias y buenas prácticas que facilitan la incorporación de la perspectiva de género en la administración de justicia, así como reflexionar sobre temas controversiales relacionados con las ciencias jurídicas y la igualdad entre hombres y mujeres.

En el mes de abril se realizó la videoconferencia con el tema "El Acceso a la Justicia para las Víctimas de Violencia Sexual", a la cual asistieron representantes de instituciones como: INACIF, SEPREM, Ministerio Público, Instituto de la Defensa Pública Penal, entre otras.



Fuente: Departamento de Comunicación Social

4.2 Análisis de Comunicación Externa

4.2.1 Comunicación Externa Operativa

La comunicación externa es la plataforma a la erradicación de la violencia de género, por lo cual la divulgación principalmente de las normas esenciales de convivencia y tolerancia ayudaría mucho a que los derechos de las personas más vulnerables en sociedad, sean violentados.

Toda esta información debe ser expuesta en todas las formas de comunicación posibles; una de ellas son los sitios Web, que actualmente han cobrado mucha vigencia y como se observa en la imagen, la forma como el Organismo Judicial también participa de esta nueva tendencia.

Figura 9. Página Web Organismo Judicial



Fuente: Página Organismo Judicial (<http://www.oj.gob.gt/>)

En esta imagen, se ven las diferentes pestañas informativas o vínculos que ofrece la página del Organismo Judicial. En la parte inferior del lado derecho, se observa el vínculo que conecta a la Secretaría de la Mujer y Análisis de Género, como se puede apreciar no está actualizado y no aparece con el nombre actual que es de “Secretaría de la Mujer y Análisis de Género”. En este vínculo o pestaña informativa, se puede obtener mucha información acerca de las actividades que realiza la Secretaría y conocer las demás organizaciones pro derechos humanos de las mujeres con las que se interrelaciona. No obstante esta importante herramienta operativa, la

información por este medio no puede llegar a los lugares que no tienen acceso a una computadora, mucho menos a la red de internet, por lo que hay que buscar otras formas de difusión.

Figura 10. Menú Página WEB Organismo Judicial



Fuente: Página Organismo Judicial (<http://www.oj.gob.gt/>)

- 4.2.1.1 Relaciones de Comunicación con los clientes

Básicamente las relaciones de comunicación son a través de la página Web del Organismo Judicial en donde se puede obtener información de los centros de apoyo especializados en violencia de género.

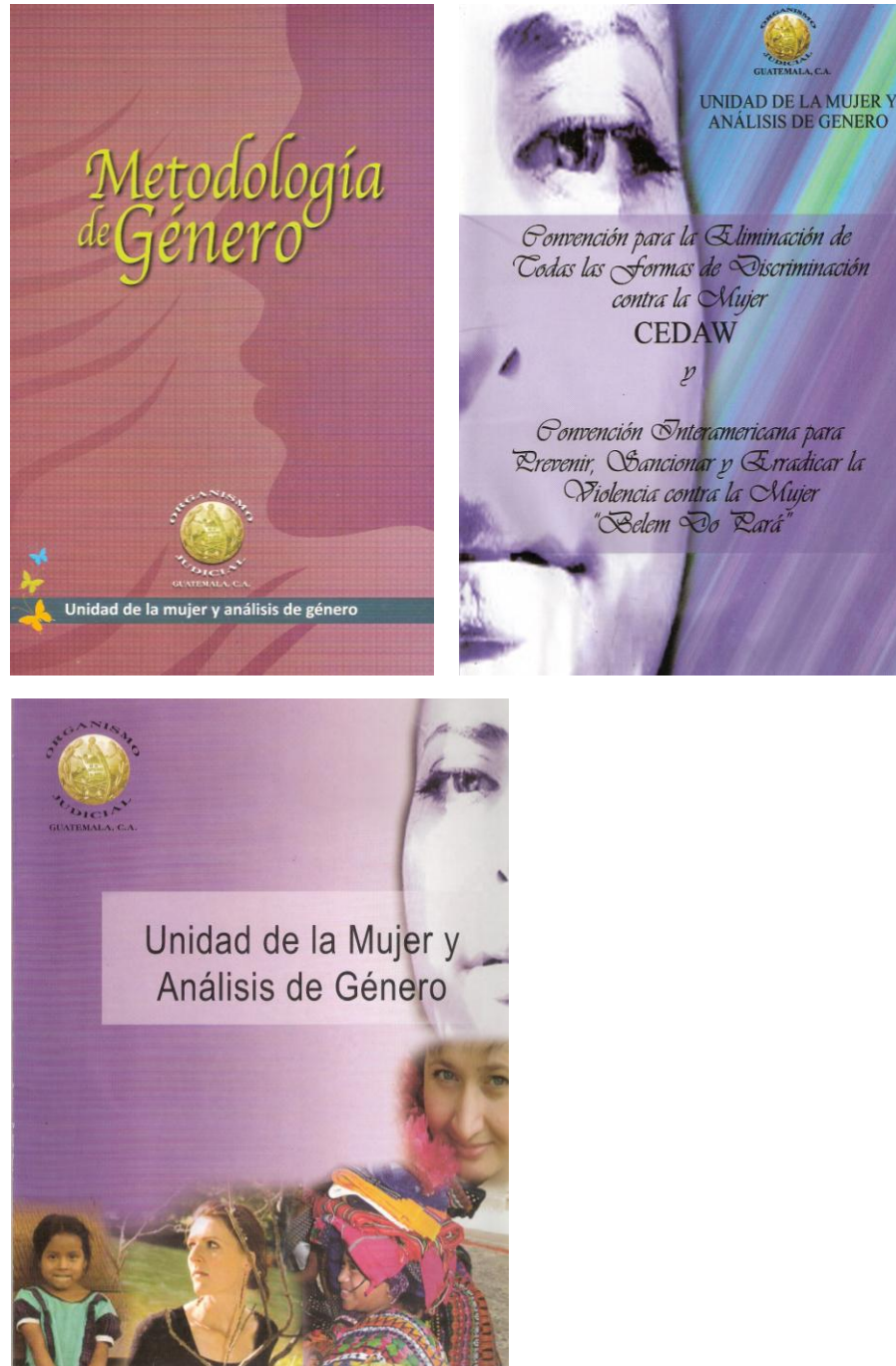
La secretaría de la Mujer utiliza trifolios informativos, compendios de leyes y varias publicaciones de Metodología de Género. Este material es utilizado principalmente en los juzgados de Familia y de Femicidio como apoyo a las mujeres usuarias del sector justicia. En ocasiones son referidas por los auxiliares judiciales a la Secretaría de la Mujer para que sean asesoradas en cuanto a sus Derechos Humanos como mujeres. Dependiendo del caso son referidas a Instituciones del sector justicia, como los juzgados competentes, el Ministerio Público, al Instituto de la Defensa Pública Penal o al Programa de atención a las mujeres sobrevivientes de violencia.

Figura 11. Trifoliales Secretaría de la Mujer



Fuente: Documentación de la Secretaría

Figura 12. Trifoliales Secretaría de la Mujer



Fuente: Documentación de la Secretaría

- 4.2.1.2 Relaciones con las Instituciones Gubernamentales

La Secretaría de la mujer se concibió para coordinar de una manera ágil y eficiente todos aquellos casos que tienen su fundamento en los abusos y violación de los Derechos Humanos de la Mujer.

Su relación con otras instituciones gubernamentales es en coordinación y para dar cumplimiento a las leyes y políticas de igualdad de género en el sector justicia.

La Secretaría de la mujer se relaciona directamente con el Ministerio Público, Conaprevi, Secretaría Presidencial de la mujer, Centro de apoyo integral para mujeres víctimas de violencia, Instituto de la Defensa Penal, entre otros.

- 4.2.1.3 Relaciones con entes autónomos

La Secretaría de la Mujer se interrelaciona con el Instituto Universitario de la Mujer de la Universidad de San Carlos, quien da el aval académico del Diplomado de “Femicidio y otras formas de violencia contra la mujer”, esto lo hacen conjuntamente en coordinación con la Escuela de Estudios Judiciales.

Este Diplomado es únicamente para los Auxiliares Judiciales, y ya hay tres promociones egresadas.

Recientemente terminaron otro Diplomado, esta vez validado por la Escuela de Trabajo Social de la Universidad de San Carlos, el cual se llama “Trabajo Social, Justicia y Género”, fue dirigido exclusivamente a las Trabajadoras Sociales del Organismo Judicial y del cual ya se tienen dos promociones egresadas.

Además de la Universidad de San Carlos, la Secretaría se relaciona con entidades autónomas como Fundación Sobrevivientes, con quienes se

apoyan y retroalimentan en la metodología de género, grupo Guatemalteco de mujeres.

Figura 12. Logo Usac



Figura 13. Logo Fundación Sobrevivientes



- 4.2.1.4 Relaciones con otras organizaciones

Entre las organizaciones que tienen relación la Secretaría están: Fondo de Desarrollo de las Naciones Unidad para la Mujer (UNIFEM) Comisión Interamericana de Mujeres (CIM) Fundación de Justicia y Género Biblioteca Digital / Publicaciones IDH

Figura 14. Logotipos



- 4.2.1.5 Relaciones con los medios de comunicación

Actualmente la Secretaría recibe invitaciones para participar en algunos medios de comunicación televisivos como Canal Antigua y Tele Diario, en donde son entrevistadas para conocer su criterio en temas de casos relevantes. También se relacionan con Emisoras Unidas, Radio Sonora, T.G.W, y Radio Universidad en el Programa “voces de mujeres”.

Figura 135. Logotipos Radios



4.2.2 Comunicación Institucional

- 4.2.2.1 Identidad

La comunicación institucional que realiza la Unidad de la Mujer debe estar muy bien gestionada y organizada. Para cumplir con este propósito el Departamento de Comunicación Social del Organismo Judicial, es el encargado de diseñar todos los artículos gráficos como trifoliales, afiches. El área de diseño gráfico realiza la elaboración de anuncios de actividades que se envían por correo electrónico como el día de la mujer, día de la madre y el

día de la no violencia contra la mujer. Todo esto conforma la identidad de la Secretaría de la Mujer y análisis de Género del Organismo Judicial.

Figura 16. Documentación de la Secretaria de la Mujer



Fuente: Departamento de Comunicación Social

- 4.2.2.1.1 Logotipo

Del griego *logos* - *logos*, que significa palabra o discurso y *typos*, golpe, marca del golpe, señal, imagen o escritura en forma de *impronta*. Se puede decir que es un elemento verbal representado en forma escrita que asume una fisonomía singular y constante. (Episteme)

Es una palabra compuesta es poner o describir el nombre de la Institución o Dependencia, en este caso el logotipo de la Secretaría de la Mujer es este que únicamente describe su nombre

Secretaría de la mujer y Análisis de Género

- 4.2.2.1.1 Imagotipo

Es otro neologismo relativamente nuevo utilizado por (Norberto Chaves 1988), que en un principio suscitó extrañeza por la inusual forma de definir una marca. Aunque tampoco existe como un término registrado por la Real Academia Española, se apega correctamente a la metodología para establecer nuevos términos científicos en función de las raíces grecolatinas en nuestro idioma.

Los elementos lingüísticos con los que está formulado este concepto también ofrecen una buena correspondencia con las características de la marca diseñada con componentes icónicos y verbales. Utiliza la palabra latina *Imago* que significa *imagen*, que se refiere a una figura, representación, semejanza o apariencia de una cosa, lo que corresponde al elemento icónico, y *typo*, respetando su raíz etimológica - *typos* – *tipo* – *letra*, se refiere al golpe, marca del golpe, señal, imagen o escritura, es decir, la palabra escrita. (Episteme).

Es así como se determina el ***Imagotipo*** del Organismo Judicial.

Figura 17. Imagotipo Organismo Judicial



○ 4.2.2.1.3 Otros Rasgos de Homogenización

El Organismo Judicial y la Secretaría de la Mujer y Análisis de Género, por ser una dependencia del mismo, el cual es una entidad autónoma del Estado y no forma parte del Gobierno de Guatemala.

Por ser una entidad autónoma y formar parte de los tres poderes del Estado de Guatemala, no se apega al manual de identidad del Gobierno.

Según la resolución 07-2010 a través de la circular GG-03-2011AMDG, del 7 de febrero del 2010, quedó totalmente prohibido el uso de otros logotipos en todas las dependencias del Organismo Judicial. Así mismo en acta 7-2010 se aprobó la Misión, Visión y Principios Éticos.

No obstante lo anterior, actualmente el Organismo Judicial y las demás dependencias que lo conforman, por ende la Secretaría de la Mujer, no

cuentan con un manual de identidad. Actualmente el Departamento de Comunicación Social, lo está elaborando y próximo a finalizar. Sin embargo al momento de realizar esta investigación, no se cuenta con un manual de imagen establecido.

- 4.2.2.2 Imagen

La imagen que posee el Organismo Judicial, el cual es uno de los tres poderes del Estado de Guatemala, siendo el órgano que administra la Justicia en el país, es de mucha relevancia y gran impacto social por la trascendencia de su labor en la administración de justicia en la sociedad Guatemalteca..

La imagen que posee la Secretaria de la Mujer y Análisis de Género está muy bien posicionada, pues mediante su gestión, se han generado importantes logros en materia de género en Guatemala. La Secretaría, ha promovido e impulsado desde su círculo de influencia dentro del Organismo Judicial, propuestas de ley, así como la creación, de los Juzgados de Femicidio, con personal altamente capacitado y sensibilizado en materia de género.

Internacionalmente su participación es de destacada importancia en conjunto con los Poderes Judiciales del exterior, principalmente con los de la región de América Latina.

- 4.2.2.3.1 Reputación

La Reputación de la Secretaría de la Mujer y Análisis de Género del Organismo Judicial, es muy buena y de mucha aprobación dentro del círculo de diversas organizaciones nacionales e internacionales que velan por los derechos de la mujer y la incorporación de la perspectiva de género en el sector justicia.

A través de la minuciosa labor de Sensibilización y Capacitación dentro del Organismo Judicial, ha ido gradualmente generando los cambios ineludibles en la perspectiva de género. Su imagen y reputación han ido en crecimiento generando frutos. Una muestra de su desarrollo y buen desempeño es el logro de haber sido elevada de categoría y pasar de ser una Unidad a Secretaría dentro del Organismo Judicial.

- 4.2.2.3.2 Publicidad

El Organismo Judicial, por ser una entidad Gubernamental y el ente encargado de la Administración de la Justicia, no utiliza publicidad de mercadeo. A su alrededor se da cierto tipo de publicidad que se maneja como noticia que se publica a través de los medios de comunicación masiva.

La Secretaría de la Mujer, por medio de sus participaciones en actividades culturales, informativas, de capacitación y sensibilización a nivel general de la Perspectiva de género, obtiene mucha publicidad gratis a través de los diferentes medios de comunicación.

- 4.2.2.3.3 Propaganda

Se puede decir que propaganda es la acción de dar a conocer algo, también está ligada a influir en la mente del público al que se dirige, sumando seguidores a una causa.

En la Secretaría de la Mujer y Análisis de Género, se utiliza propaganda para difundir mensajes de pro de los derechos humanos de las mujeres, hacerles conocer la metodología de género y poner un alto al círculo de la violencia intrafamiliar.

Figura 18. Documentación de la Secretaría de la Mujer



Fuente: Documentación de la Secretaría

Figura 18. Documentación de la Secretaría de la Mujer

RUTA DE Denuncia

EN CASOS DE VIOLENCIA CONTRA LA MUJER.

En Guatemala, Quetzaltenango y Chiquimula, estos casos serán conocidos por los Juzgados de Primera Instancia Penal y Tribunales de Sentencia Penal de Delitos de Femicidio y otras formas de Violencia contra la Mujer.

- 1.** LA DENUNCIA SE PUEDE PRESENTAR EN:
PNC (Policía Nacional Civil)
MP (Ministerio Público)
OJ (Organismo Judicial)
lejos al lejano más cercano.

Tiene derecho a que se le brinden medidas de seguridad para que se le brinde protección inmediata a usted y su familia. Estas pueden darse en cualquier momento del proceso o cuando el caso lo amerite.
- 2.** TODAS LAS DENUNCIAS son atendidas por el MP. Una fiscal/a/fiscal escuchará su caso y velará por su protección.

La juez/juez puede iniciar a proceso al AGRESOR y dictar prisión preventiva.
- 3.** La fiscal/a/fiscal inicia las investigaciones y la búsqueda de pruebas.
- 4.** La fiscal/a/fiscal del MP presenta las investigaciones a la juez/juez para realizar el juicio contra el agresor.
- 5.** La juez/juez envía el caso al Tribunal de Sentencia Penal correspondiente, para realizar el debate oral y público.
- 6.** Tiene derecho a ser escuchada por las juezas/jueces y de no enfrentarse con el agresor. Las juezas/jueces dictarán la sentencia correspondiente.

¿MEDIDAS de Seguridad?

Son acciones que la juez/a / el juez ordena para proteger la vida, libertad, bienes, familia y personas cercanas a la mujer víctima de violencia. Entre las medidas de seguridad están: que el agresor abandone la residencia común con la víctima, suspender el cuidado y custodia de las hijas e hijos al agresor, prohibir al presunto agresor que se acerque a la mujer víctima de violencia, decomisar las armas en posesión del presunto agresor, fijar pensión alimenticia provisional, entre otras.

¡Atención!

Si usted es víctima de violencia o conoce un caso de estos tipos de violencia se recomienda:

1. NO CALLARSE. Denuncie y comuníquelo inmediatamente a alguien cercano o de confianza.
2. ACÉRQUESE A: Ministerio Público, Policía Nacional Civil, Juzgados de su localidad, Centro de Salud y Hospitales locales.
3. EN CASO DE SER VÍCTIMA DE VIOLENCIA SEXUAL:
 - A) No bañarse, no lavarse la boca ni tomar medicina antes de ser examinada.
 - B) Guardar toda la ropa que llevaba puesta en ese momento.
 - C) Solicitar que le administren medicamento para prevenir enfermedades de transmisión sexual.

¿EN DÓNDE puedo presentar la Denuncia?

1. Ministerio Público, en cualquier fiscalía distrital o municipal de su localidad y en la Fiscalía de la Mujer.
2. En la ciudad capital, en la Oficina de Atención Permanente del Ministerio Público las 24 horas todos los días del año.

...Tiene derecho a ser tratada de forma respetuosa y digna. No más violencia Física, Sexual, Psicológica o Económica. No más Femicidio.

1. Policía Nacional Civil, las 24 horas todos los días del año.
2. En cualquier juzgado de su localidad.
3. Juzgados de turno, las 24 horas todos los días del año.
4. En los Bufetes populares, en la Procuraduría General de la Nación y en la Procuraduría de los Derechos Humanos.

¿QUÉ NECESITO para presentar la Denuncia?

De preferencia presente un documento de identificación, NO ES OBLIGATORIO. Aportar información relacionada al hecho de violencia. No es requisito presentarse con abogado/abogada.

¿QUIÉNES pueden Denunciar?

La víctima o cualquier persona que conozca el hecho de violencia contra la mujer: familiares de la víctima, vecinas/vecinos, amigos/amigos, maestras/muestras, médicas/médicos, enfermeras/enfermeros, entre otros.

EN CASO de Emergencia:

PNC • TEL: 110
 Policía Nacional Civil

Fuente: Documentación de la Secretaría

- 4.2.2.3.3 Responsabilidad Social

La responsabilidad social (RS) del Estado es un concepto que para muchos es redundante, ya que afirman que éste tiene un rol social como origen y meta. Sin embargo, es al amparo de esa creencia que el Estado descuida su rol social y deja de innovar.

La Responsabilidad Social del Estado tiene dos amplios ámbitos de acción. Por un lado, se encuentra su propia responsabilidad social, la que va mucho más allá de sus obligaciones. Por otro lado, se encuentra el papel que el sector público debe jugar en el desarrollo y fomento de la Responsabilidad Social de la ciudadanía.

Un claro ejemplo de Responsabilidad Social del Estado, es el enorme compromiso que tiene el Organismo Judicial ante el pueblo de Guatemala, que es administrar y ejercer una Justicia pronta y cumplida, sin corrupción y sin tráfico de influencias. Este es un gran reto como país, sin embargo es una Responsabilidad Social ineludible e impostergable

Para la Secretaría de la Mujer y Análisis de Género, siendo que es una dependencia del Organismo Judicial, el ente encargado de administrar, velar e impartir Justicia, es a su vez una Responsabilidad Social de considerable trascendencia y relevancia, promoviendo leyes que castiguen severamente el Femicidio y otras formas de violencia hacia la mujer.

Velando para que se cumplan las leyes de Derechos Humanos de las mujeres, capacitando y sensibilizando a todos los operadores de justicia para que ejerzan su labor en beneficio de las mujeres víctimas y sobrevivientes de la violencia de Género. Sin lugar a dudas esta es su mayor Responsabilidad Social.

- 4.2.2.3.5 Señalética

La Señalética estudia el comportamiento o la relación que existe entre los individuos y los signos, básicamente son indicativos como un sistema de señales y flechas que se utilizan para señalar ubicaciones de oficinas o instituciones para indicar la ruta a seguir para llegar a determinada ubicación. En la mayoría de casos brindan importante información como horarios o ciertas precauciones a tomar en cuenta.

En el Edificio en dónde está ubicada la Secretaría de la Mujer y Análisis de Género, no existe señalética para indicar la ubicación de la Secretaría y cómo llegar a ella. Por ello es un punto importante para ser implementado y prestar un buen servicio.

Capítulo 5

5. Propuesta de Estrategia de Comunicación Organizacional

5.1. Justificación

El organismo judicial es el ente administrador de justicia y uno de los tres poderes del Estado, en Guatemala el 90% de los casos queda impune. Existe una debilidad imperante en el país, a consecuencia de un Estado casi fallido en donde los recursos económicos, materiales y humanos son ineficientes para el sector justicia.

Esta problemática ha ido en aumento, como producto de la descomposición social, producto de una sociedad enferma, la cual ha llegado a golpear estremecedoramente al sector de las féminas, que cada día aumenta las estadísticas de violaciones de todo tipo, como laborales, sexuales, de educación, de su integridad, tanto física, psicológicas y emocionales.

Cada vez es más frecuente que las mujeres sean víctimas de abusos, maltratos y atropellos por parte de sus parejas; ese flagelo a su integridad y dignidad como mujer víctima de este tipo de violencia las impacta no solamente a ellas, sino también a todos los integrantes de la familia, pero especialmente a sus hijos, convirtiéndose esto en un serio problema social de alto impacto, pues el círculo de la violencia es cada vez más grande.

Esto ha generado la desvalorización de la mujer su vez tiene como consecuencia terribles crímenes de mujeres, las cuales aparecen desmembradas en partes, abandonadas en diferentes partes de la ciudad, como si no fuese un ser humano al que se le debe respeto y dignidad.

Ante tan dantesca situación y la poca importancia que se le ha dado históricamente a este flagelo, el cual forma parte de toda una cultura ancestralmente machista y patriarcal, la cual desestima la violencia hacia la mujer, justificándola bajo absurdos conceptos de creer que es normal y que la mujer es inferior al hombre, violando flagrantemente los derechos humanos de las mujeres.

Es por ello que por medio del acuerdo número 67/006 de fecha 3 de octubre de 2006, de la Presidencia del Organismo Judicial y de la Corte Suprema de Justicia, fue creada la Unidad de la Mujer y Análisis de Género, la cual es una dependencia que funciona dentro del Organismo Judicial, con el objetivo de asesorar en los temas relacionados con el enfoque de género, promoviendo programas y actividades de sensibilización y capacitación.

Recientemente dicha Unidad de la mujer, fue elevada al Nivel de Secretaría de la Mujer y Análisis de Género, según acuerdo de Presidencia Número 69-2012; en esta nueva faceta, su propósito principal es continuar desarrollando programas y estrategias para lograr su fortalecimiento como una dependencia de gran relevancia y aporte a la sociedad Guatemalteca.

Entre sus nuevos retos, está lograr la Transversalización en la perspectiva de Género en todo el Organismo Judicial, mediante capacitaciones y programas de divulgación de la problemática de Género.

Siendo que la Secretaría de la Mujer y Análisis de Género, forma parte del ente Administrador de Justicia que es uno de los tres poderes del Estado de Guatemala, juega un papel protagónico y determinante en la problemática de Género, en virtud que de su buen desempeño depende la calidad y sensibilidad de los ejecutores de justicia en los tribunales de familia, de

primera instancia penal y Femicidio y otras formas de violencia contra la mujer.

Se dice que la Comunicación, viene siendo el cuarto poder del Estado, por ello la importancia que la Secretaría de la Mujer y Análisis de Género cuente con una verdadera y apropiada estrategia de comunicación, diseñada específicamente para satisfacer las necesidades de divulgación y principalmente de sensibilización en materia de Género; dirigida hacia el público objetivo que son los jueces y auxiliares judiciales y el público meta que es todo el personal que forma parte del Organismo Judicial.

Por ello, la presente estrategia de comunicación, es una pieza angular para alcanzar los objetivos de procurar un trato profesional y sensibilizado a las usuarias del servicio de ejecutar justicia por parte de los jueces y auxiliares judiciales en la problemática de Género.

La estrategia de comunicación que se presenta a continuación y las propuestas para implementar cinco productos diseñados estratégicamente para alcanzar los objetivos generales y específicos, sumadas a las que ya están implementadas por la Secretaría de la Mujer y Análisis de Género del Organismo Judicial, tienen como fin generar un impacto positivo y motivar el cambio de una actitud pasiva e indolente de muchos jueces y auxiliares judiciales que intervienen directamente con las usuarias víctimas de la problemática de Género.

Los cinco productos que se proponen para esta estrategia de comunicación han sido cuidadosamente diseñados, para llevar el mensaje de sensibilización y a la vez de divulgación para dar a conocer la relevancia que tiene en la actualidad la perspectiva de Género y establecer un cambio positivo.

Estos productos cumplen a cabalidad los objetivos para los cuales fueron creados, en su mayoría pueden ser implementados inmediatamente, pues no requieren de una mayor inversión.

5.2 Objetivo de Comunicación

Implementar estrategia de comunicación organizacional, dirigido al público externo de la Unidad de la Mujer y Análisis de Género del Organismo Judicial que contemple la sensibilización con perspectiva de género a las y los jueces y auxiliares judiciales, para sensibilizar y concientizar a estos; mejorar el trato y dar seguimiento adecuado a los procesos de las usuarias que solicitan sus servicios en busca de justicia.

5.3 Objetivos Específicos

Sensibilizar a las y los jueces y auxiliares judiciales de los juzgados de familia y de primera instancia penal de la problemática de Género.

Fortalecer a la Secretaría de la Mujer y Análisis de Género del Organismo Judicial en su comunicación organizacional, para sensibilizar y capacitar mediante la estructura de la transversalización en el Organismo Judicial.

Informar, capacitar y sensibilizar a todo el personal sobre la perspectiva de Género.

5.4 Públicos

5.4.1 Público primario

Los receptores de esta campaña son las y los jueces y auxiliares judiciales de los juzgados de familia y de primera instancia penal del Organismo Judicial.

5.4.2 Público secundario

Las usuarias que buscan justicia y equidad de género en materia de Derechos Humanos de la mujer.

5.4.3 Público Objetivo

Las y los jueces y auxiliares judiciales de los juzgados de familia, juzgados de primera instancia penal del Organismo Judicial.

5.4.4 Público Meta

Todos los trabajadores que conforman el Organismo Judicial, tanto del área administrativa que se debe para apoyar en logística al área judicial, mediante la Transversalización de la perspectiva de Género.

5.5 Propuestas Estratégicas para Plan de Comunicación Externa

Campaña de sensibilización en Materia de Género, asimismo Informativa de las actividades y alcances de la Secretaría de la Mujer y Análisis de Género, dirigida a las y los trabajadores del Organismo Judicial.

5.5.1 Campaña de sensibilización externa

- PRODUCTO UNO

Espejo que refleja la imagen de quien se mira en el.

- Problema:

Falta de Sensibilización de la problemática de Género en jueces y auxiliares judiciales, que dan un trato deficiente y poco empático, el cual “re victimiza” a la mujer que está sufriendo violencia intrafamiliar, física, psicológica, laboral, sexual y que sufre acoso que amenaza su integridad física y la de su familia.

- Objetivo de comunicación

Crear conciencia y sensibilizar a través del espejo. Con este producto se pretende interactuar y posicionar en la mente del público objetivo, que son los jueces y auxiliares judiciales de los juzgados de familia y de paz que atienden a las usuarias que requieren atención y justicia a su problemática en materia de Género.

Se espera crear un sentimiento de empatía y solidaridad, al ponerse en el lugar de la víctima o imaginar estar del otro lado solicitando sus servicios en materia de justicia pronta y cumplida.

Este producto cumple con el objetivo de llevar intrínsecamente un mensaje subliminal, que sugiere al receptor, que al verse reflejado en la otra persona se aplica el tratar a esa usuaria como le gustaría ser tratado en una situación similar.

- Características del Producto

Espejo tipo porta retrato para un escritorio, con un tamaño aproximado de 8x5 pulgadas.

- Tipo de Mensaje

El mensaje es persuasivo-informativo.

- Actividades

Se llevará a cabo en los juzgados de Familia y Primera instancia penal que están ubicados en la Torre de Tribunales.

Se visitará cada judicatura para hacer entrega del espejo al juez y a los auxiliares judiciales del juzgado correspondiente, mediante una actividad lúdica que transmitirá el mensaje de sensibilización.

- Medio de Difusión

El medio de Difusión, será por medio de un mimo que mediante su lenguaje y la utilización del espejo, transmitirá una pequeña historia con el mensaje deseado; que es ponerse en el lugar de la usuaria que es víctima de violencia y solicita que sus demandas sean atendidas con un trato profesional y a su vez empático y sensibilizado en la perspectiva de Género.

- Resultados Esperados

Captar la atención por medio del mensaje subliminal e inspirador, bajo la premisa de “verse y ponerse en el lugar de la persona que solicita el servicio”.

Posicionar en la mente del público objetivo al que va dirigido, que son los jueces y auxiliares judiciales, la imperante necesidad de brindar un trato empático y sensibilizado en la problemática de Género y comprender su impacto en las mujeres que buscan justicia para sus casos y el efecto colateral en la sociedad Guatemalteca,

- Presupuesto

Cantidad del producto: Se comprarán 60 espejos, valorados en Q 9.00 cada uno.

Costo Total: Q 540.00

- Financiamiento

Será donado en su totalidad por la investigadora

- Diseño del Producto

Figura 19. Diseño Producto Uno



Fuente: Foto y Montaje Propio

- PRODUCTO DOS

Pieza gráfica impresa en sticker adhesivo transparente para colocar en la parte superior del espejo.

- Objetivo de comunicación

Impactar, concientizar y sensibilizar a los jueces y auxiliares judiciales en la problemática de Género, propiciar un cambio positivo en sus actividades diarias, en servicio a las usuarias. Por medio de un simple pero persuasivo mensaje que dice: *“Ponte en mi lugar”*.

- Características del Producto

Pieza gráfica tipo Sticker en papel adhesivo transparente en 8x5 pulgadas.

- Tipo de Mensaje

El mensaje es subliminal-persuasivo

- Medio de Difusión

El medio de Difusión, será por medio de un mimo que mediante su lenguaje y la utilización del espejo, transmitirá el mensaje deseado, que es ponerse en el lugar de la usuaria que es víctima de violencia de Género y solicita que sus demandas sean atendidas con un trato profesional y a su vez empático y sensibilizado en la perspectiva de Género.

- Resultados Esperados

Sensibilizar y hacer conciencia a los jueces y auxiliares judiciales de la problemática de Género, a través del efecto del mensaje subliminal que se produce al unificar el espejo y adherirle la pieza gráfica del Sticker transparente, con el mensaje:

“Ponte en mi lugar”.

- Presupuesto

Cantidad del producto: Se imprimirán 30 hojas tamaño carta, en las que caben dos piezas gráficas de 8x5

Costo Total: Q 240.00

- Financiamiento

Será donado en su totalidad por la investigadora

- Diseño del Producto

Figura 20. Diseño Producto Dos



Fuente: Foto y Montaje propio. Diseño Sticker por W Design

- PRODUCTO TRES

Actividad lúdica realizada por un mimo.

- Objetivo

Generar expectación, impresionar y captar, principalmente la atención de los jueces y auxiliares judiciales, así mismo, atraer la atención de los medios de comunicación y del público usuario que visita los juzgados que se encuentran en el Edificio de la Torre de Tribunales, para sensibilizar y hacer conciencia del doble flagelo que sufren las mujeres víctimas de violencia intrafamiliar, generando como efecto dominó una nueva cultura ante la problemática de Género.

- Características del Producto

Es una actividad lúdica realizada por un mimo; diseñada estratégicamente para generar expectación y captar la atención del público usuario del sector justicia..

- Tipo de Mensaje

El mensaje es subliminal-persuasivo

- Actividad

Se desarrollará mediante un mimo que dramatizará la necesidad de atención profesional empática y sensible siendo subestimada su problemática. Mediante el espejo y su lenguaje corporal transmitirá el mensaje de “*Ponte en mi lugar*”.

La actividad está enfocada específicamente para los jueces y auxiliares judiciales de los ocho juzgados de familia que cubren el área de la ciudad de Guatemala y once juzgados de primera instancia penal.

- Medio de Difusión

El medio de Difusión, será por medio de un mimo, que mediante su lenguaje y la utilización del espejo, transmitirá el mensaje deseado.

- Resultados Esperados

Sensibilizar y concientizar a las y los jueces y auxiliares judiciales en la problemática de Género, mediante la integración del producto uno con el producto dos, persuadiéndolos al verse en el espejo y ponerse en el lugar de la víctima o usuaria del servicio de justicia, haciéndoles conciencia sobre el flagelo de la violencia intrafamiliar, sus repercusiones y efecto colateral en la sociedad.

Se espera que a través del mensaje persuasivo que invita a una actitud empática a través del efecto del mensaje subliminal que se produce al unificar el espejo y adherirle la pieza gráfica del Sticker transparente, con el mensaje:

“Ponte en mí lugar”

- Presupuesto

Contratación del Mimo por el espacio de una hora.

Costo Total: Q 500.00

- Financiamiento

Será donado en su totalidad por la investigadora

- PRODUCTO CUATRO

Boletín Electrónico Informativo.

- Problema:

Desconocimiento de las funciones, actividades y alcances logrados de la Secretaría de la Mujer y Análisis de Género por parte de las y los trabajadores del Organismo Judicial.

Escaso conocimiento de la perspectiva de Género, debido a la falta de educación y formación en la perspectiva de Género en las y los trabajadores del Organismo Judicial.

Falta de sensibilidad en materia de Género, producto de una cultura machista y patriarcal, en las y los trabajadores del Organismo Judicial, específicamente en los jueces y auxiliares judiciales.

- Objetivo

Implementar un vehículo de Comunicación directa con todos los trabajadores del Organismo Judicial, mediante la divulgación y sensibilización de la perspectiva de Género y Derechos Humanos de las Mujeres, haciendo énfasis a los jueces y Auxiliares Judiciales.

Asimismo fortalecer la imagen de la Secretaría de la Mujer y Análisis de Género para dar a conocer las actividades que realiza, sus metas y alcances logrados en materia de Género.

Este Boletín electrónico informativo cumple con los objetivos de:

1. Fortalecer la imagen de la Secretaría de la mujer.
2. Llevar constantemente mensajes de sensibilización, tanto al público objetivo como el público meta.

3. Crear una nueva cultura en materia de Género, educando y concientizando, a través de los mensajes en los Boletines electrónicos enviados a todos los trabajadores para alcanzar la Transversalización del Organismo Judicial.

- Características del Producto

Boletín electrónico informativo, es una pieza gráfica de 8.5 x 11 pulgadas en formato horizontal virtual diseñada con temática de Género en el fondo de la misma, el cual será incluido como dato adjunto en el correo interno que difunde el Departamento de Comunicación Social del Organismo Judicial a todo el Personal Judicial y Administrativo.

- Tipo de Mensaje

Informativo-Educativo

- Actividades

Para realizar la campaña de divulgación y sensibilización en materia de Género, se establecerán varios tipos de mensajes que serán seleccionados por la encargada de divulgación de la Secretaría de la mujer, según la agenda de actividades y alcances relevantes del momento.

Se enviarán una vez a la semana al Departamento de Comunicación Social, para que este a su vez lo divulgue por medio del Correo Electrónico interno, con el propósito de mantener una constante información de las actividades que realiza la Secretaría de la Mujer.

Este boletín trasladará importantes notas didácticas de la perspectiva de Género, haciendo conciencia tanto a las mujeres como a los hombres la necesidad de cambiar conceptos y paradigmas productos de una cultura tradicionalmente machista, dándoles a conocer sus derechos laborales,

derechos humanos de las mujeres, derechos sexuales y reproductivos, temas sobre el círculo de la violencia, conductas abusivas y dañinas que conllevan a la violencia intrafamiliar, las cuales causan daños físicos, emocionales y psicológicos a la mujer que es víctima de violencia.

- Medio de Difusión

El medio de Difusión será el Departamento de Comunicación Social, a través del Correo electrónico interno, que envía a todos los trabajadores del Organismo Judicial, en el cual hace mención en su parte principal el mensaje que a solicitud de la Secretaría de la mujer, se envía archivo adjunto conteniendo el Boletín electrónico informativo con valiosa información de interés general.

- Resultados Esperados

Informar, educar y sensibilizar a todos los trabajadores del Organismo Judicial, para que conjuntamente, personal administrativo en función de apoyo a los auxiliares judiciales se provean las herramientas necesarias para incorporar la perspectiva de Género y crear una nueva cultura sin estereotipos ni discriminación. La Transversalización de todo el Organismo Judicial, promoviendo la integración de la perspectiva de Género en todas las actividades y programas que se realicen.

- Presupuesto

Cantidad del producto: Este es un producto virtual para el cual no se estipula una cantidad específica. Se tiene estimado que será publicado todos los días viernes.

Costo del Diseño gráfico: Q 200.00

Costo de distribución: Este producto virtual tiene un costo hundido, en virtud que ya se tiene toda la capacidad instalada, por parte del Departamento de Comunicación Social.

- Financiamiento

El costo del diseño gráfico será donado por la investigadora

- Diseño del Producto

Se sugieren diferentes diseños para ser utilizados acorde al tipo de información que se está divulgando.

Este Boletín es una propuesta para iniciar con la estrategia de Comunicación y la cual hace referencia del reciente cambio de instalaciones de la Secretaría de la Mujer y Análisis de Género del Organismo Judicial.

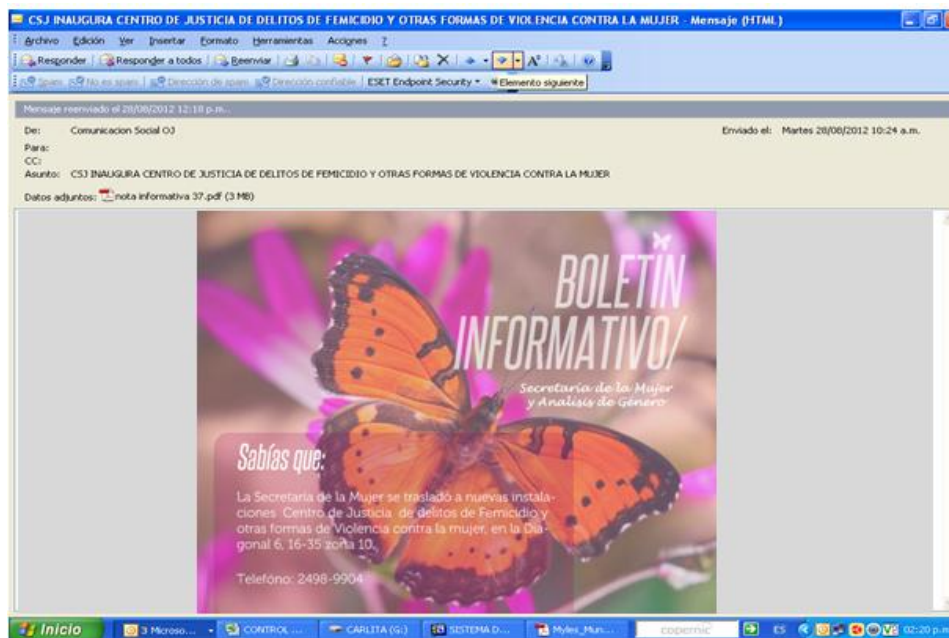
Figura 21. Diseño Producto Cuatro



Fuente: Diseñado por W Design

Ejemplo de la pantalla del correo electrónico, en donde el Departamento de Comunicación Social, divulga importante información.

Figura 22. Ejemplo de Correo Electrónico



Con esta propuesta, se pretende informar, concientizar y sensibilizar sobre temas relevantes en materia de Género, a todos los trabajadores judiciales y administrativos sobre la problemática y empoderar a las mujeres para romper el Ciclo de la Violencia.

- Propuesta de plantillas gráficas para elaboración de boletines:

Figura 23. Diseño Producto Cuatro



Fuente: Diseñado por W Design

Figura 24. Diseño Producto Cuatro



Fuente: Diseñado por W Design

Figura 24. Diseño Producto Cuatro



Fuente: Diseñado por W Design

- PRODUCTO NUMERO CINCO

Afiche

- Problema:

Desconocimiento de las funciones, actividades y alcances logrados de la Secretaría de la Mujer y Análisis de Género por parte de las y los trabajadores del Organismo Judicial.

Falta de sensibilidad y poco conocimiento de la perspectiva de Género en las y los trabajadores del Organismo Judicial.

- Objetivo

Implementar un medio de información y sensibilización en la perspectiva de Género y Derechos Humanos de las Mujeres.

Asimismo fortalecer la imagen de la Secretaría de la Mujer y Análisis de Género para dar a conocer las actividades que realiza, sus metas y alcances logrados en materia de Género.

Este Afiche complementa la información que se envía a través del correo electrónico interno. Su función principal es llevar el mensaje educativo y de sensibilización al valioso personal que por conveniencia del servicio, no tiene acceso al correo electrónico, en virtud que sus funciones con técnicas u operativas.

Este afiche cumple con los objetivos de:

1. Fortalecer la imagen de la Secretaría de la mujer y Análisis de Género
2. Llevar constantemente mensajes de sensibilización, tanto al público objetivo como el público meta.

3. Crear una nueva cultura en materia de Género, educando y concientizando, para alcanzar la Transversalización del Organismo Judicial.

- Características de Producto

Es una pieza gráfica impresa en papel Texcote, tamaño tabloide en formato vertical, diseñada con temática de Género en el fondo de la misma. Tiene una medida de 11X17 pulgadas, impreso en papel Texcote, full color, calibre 12, con barniz UV.

- Tipo de Mensaje

Informativo-Educativo

- Actividades

Para realizar la campaña de divulgación y sensibilización en materia de Género, se establecerán varios tipos de mensajes que serán seleccionados por la encargada de divulgación de la Secretaría de la mujer, según la agenda de actividades y alcances relevantes del momento.

Se enviarán al Departamento de Comunicación Social, para su reproducción con el propósito de mantener una constante información de las actividades que realiza la Secretaría de la Mujer.

Este afiche se reproducirá y se enviará una vez al mes a las distintas judicaturas y edificios administrativos para divulgar importantes notas didácticas de la perspectiva de Género, haciendo conciencia tanto a las mujeres como a los hombres la necesidad de cambiar conceptos y paradigmas productos de una cultura tradicionalmente machista, dándoles a conocer sus derechos laborales, derechos humanos de las mujeres, derechos sexuales y reproductivos, temas sobre el círculo de la violencia,

conductas abusivas y dañinas que conllevan a la violencia intrafamiliar, las cuales causan daños físicos, emocionales y psicológicos a la mujer que es víctima de violencia.

- Medio de Difusión

El medio de Difusión será a través del Departamento de Comunicación Social

- Resultados Esperados

Informar, educar y sensibilizar a todos los trabajadores del Organismo Judicial, para que conjuntamente, personal administrativo en función de apoyo a los auxiliares judiciales se provean las herramientas necesarias para incorporar la perspectiva de Género y crear una nueva cultura sin estereotipos ni discriminación.

Con este afiche, el cual lleva información de actividades y logros en materia de Género de la Secretaría de la Mujer, además de mensajes educativos, de concientización y sensibilización en materia de Género, se llegará al personal operativo, técnico y de seguridad, alcanzando la Transversalización en todo el Organismo Judicial, promoviendo la integración de la perspectiva de Género en todas las actividades y programas que se realicen.

- Presupuesto

Cantidad del producto: Se imprimirán 1,000 ejemplares.

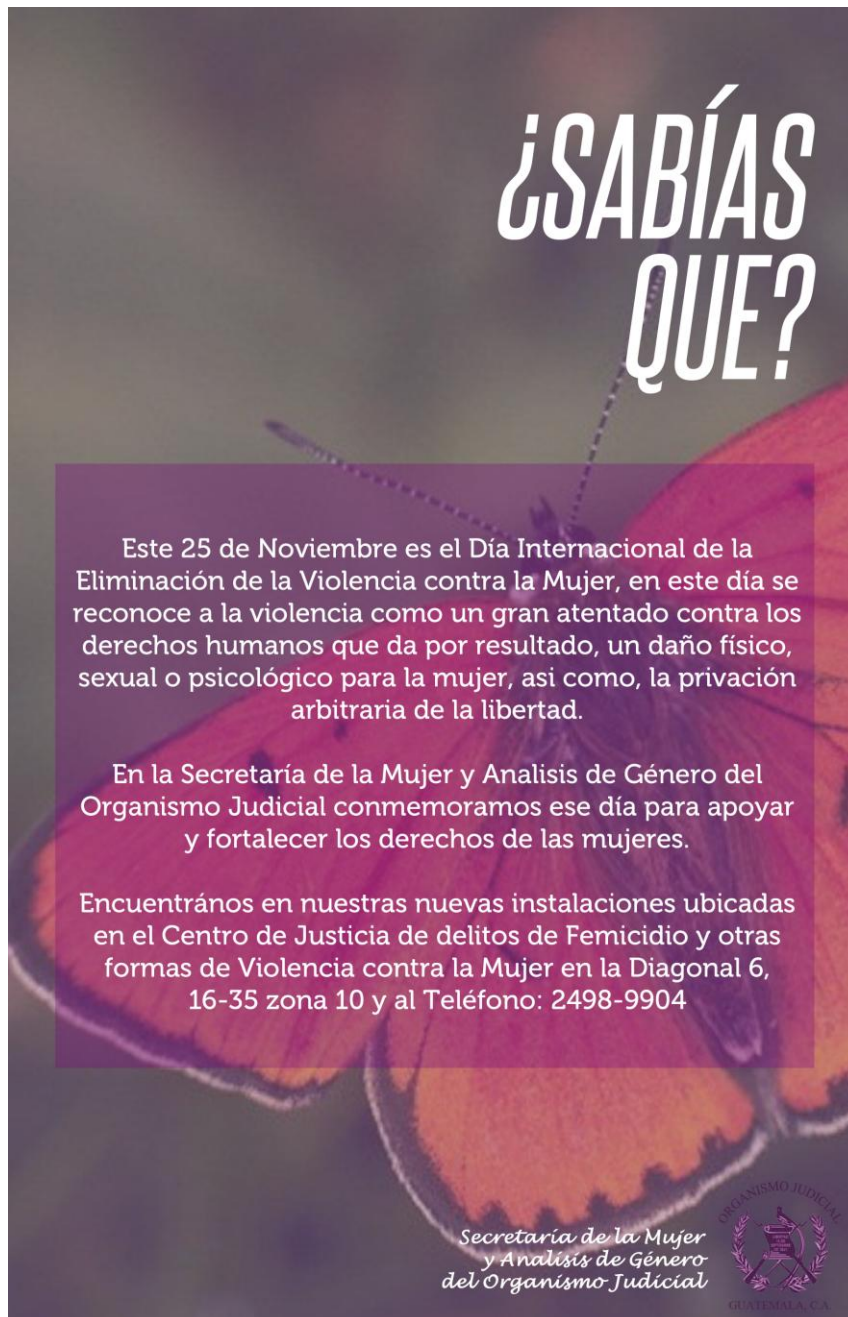
Costo Total: Q 5,200.00

- Financiamiento

Este es un costo hundido, en virtud que el Departamento de Comunicación Social posee la infraestructura y la capacidad instalada para divulgar y distribuir los afiches.

- Propuesta del afiche

Figura 25. Diseño Producto Cinco



Fuente: Diseñado por W Design

5.6 Calendarización De Actividades

Tabla 4. Calendarización de Actividades

ACTIVIDAD	OCTUBRE				NOVIEMBRE			
	PRIMERA SEMANA	SEGUNDA SEMANA	TERCERA SEMANA	CUARTA SEMANA	PRIMERA SEMANA	SEGUNDA SEMANA	TERCERA SEMANA	CUARTA SEMANA
Validación de productos y actividad lúdica	■							
Cotización de espejos		■						
Compra de espejos		■						
Impresión de Sticker autoadhesivo		■						
Integración de los espejos con el Sticker		■	■					
Cotización y contratación de Mimo		■	■					
Actividad lúdica en Torre de tribunales			■					
Implementación de Boletines electrónicos informativos					■			
Impresión de afiches por parte del Departamento de Comunicación Social							■	

5.7 Validación

Para presentar la estrategia de comunicación y validar los productos, se solicitó agendar una reunión con las autoridades encargadas de la toma de decisiones de la Secretaría de la mujer y Análisis de Género, cabe mencionar que debido a los cargos y alta responsabilidad que dichas personas ejercen, fue complicado definir la fecha y la hora en que se llevaría a cabo dicha reunión.

El día jueves once de septiembre de 2012, se realizó la presentación de la estrategia de comunicación de los productos desarrollados.

Las propuestas fueron presentadas a tres integrantes de la Secretaría de la Mujer y Análisis de Género, quienes son:

1. Asesora de comunicación
2. Asesora legal
3. Coordinadora de la Secretaría

Dicha presentación fue realizada de forma presencial, cada producto fue explicado a detalle y evaluado por cada integrante del equipo.

Solicitaron realizar mínimos cambios (agregar el Imagotipo del Organismo Judicial y complementar al nombre de la Secretaría de la mujer y Análisis de Género, que pertenece al Organismo Judicial), los cuales fueron anotados para realizar los cambios.

Los productos que serán ejecutados a corto plazo son:

1. Actividad lúdica (espejo, sticker y mimo)
2. Boletín informativo

5.8 Plan de Difusión

Tabla 5. Plan de Difusión

Producto	Medio	Ventajas	Desventajas	Programación	Cantidad	Costos
Espejo, sticker y actividad lúdica	Personal	Alcanza directamente al público objetivo, apela a las emociones.	El espejo es frágil y la actividad de corta duración.	semana 3 del mes de octubre, 2012	60 espejo: y 60 stickers	Q.1,280.00
Boletín Electrónico Informativo	Correo electrónico	Es económico.	No todo el personal tiene acceso al correo electrónico.	Semana 1 del mes de noviembre, 2012	N/A	Costo hundido
Afiche	Departamento de comunicación social	Alcanza directamente al público objetivo y público meta.	Tiempo de vida limitado, contaminación visual y del medio ambiente.	Semana 3 del mes de noviembre, 2012	1,000	Q.5,200.00

Fuente: Elaboración Propia

5.9 Plan de Monitoreo y Evaluación

Tabla 6. Plan de Monitoreo Y Evaluación

PRODUCTO	OBJETIVO	INDICADOR	RESPONSABLE	MEDIO DE VERIFICACIÓN	FRECUENCIA
Espejo, Sticker y Actividad lúdica.	Sensibilización en los jueces y auxiliares judiciales de la Problemática de Género.	Cualitativos, mejor trato, más empático y sensibilizado a las usuarias que buscan justicia.	Secretaria de la Secretaría de la mujer y análisis de género. Encargada del área de divulgación.	Por medio de un cuestionario.	Mensual.
Boletín Electrónico Informativo.	Fortalecimiento de la Secretaría. Formación y sensibilización. Transversalización en materia de Género en todo el O.J.	Cualitativo en el cambio actitudinal en jueces y auxiliares judiciales.	Secretaria de la Secretaría de la mujer y análisis de género. Encargada del área de divulgación.	Sondeos y encuestas.	Bimensual.
Afiche.	Fortalecimiento de la Secretaría. Formación y sensibilización Transversalización en materia de Género en todo el O.J.	Cualitativo en el cambio actitudinal en jueces y auxiliares judiciales.	Secretaria de la Secretaría de la mujer y análisis de género. Encargada del área de divulgación.	Sondeos o encuestas.	Bimensual.

Fuente: Elaboración Propia

Capítulo 6

6. Resultados

Se espera alcanzar mediante la aplicación de la estrategia de comunicación y sensibilización diseñada para la Secretaría de la mujer y Análisis de Género del Organismo Judicial, establecer canales de comunicación claros, definidos y estructurados que generen una comunicación amplia y eficaz, que fortalezca la imagen y la credibilidad de la Secretaría de la mujer; tanto en la mente de todos los trabajadores del Organismo Judicial, como en las organizaciones nacionales e internacionales, que velan por erradicar todas las formas de violencia contra la mujer.

6.1 En el Ámbito Externo

Se determinó a través de las entrevistas a profundidad y la observación directa, que la Secretaría de la mujer, tiene debilidades para divulgar la información y darse a conocer en cuanto a su razón de ser y las funciones que realiza dentro de la institución a las demás dependencias que forman parte del Organismo Judicial.

Asimismo se estableció en los diagnósticos situacional y comunicacional, que existe una necesidad imperante de continuar con la labor de sensibilización, concientización y capacitación en materia de Género a todos los jueces y auxiliares judiciales en todo el Organismo Judicial.

Para dar cumplimiento a dichas necesidades se diseñó una estrategia de comunicación y sensibilización la cual contiene cinco productos para informar, concientizar y sensibilizar a los jueces y auxiliares judiciales del Organismo Judicial.

Para continuar con la campaña de concientización y sensibilización, fueron diseñados los siguientes productos:

6.1.1 Espejo con pieza gráfica

En la estrategia de comunicación se diseñó el concepto del espejo con una pieza gráfica tipo Sticker, con el mensaje “*Ponte en mí lugar*”, con el objetivo de crear conciencia y sensibilizar, interactuando para posicionar en la mente del público objetivo, que son los jueces y auxiliares judiciales de los juzgados de familia y de primera instancia penal su problemática en materia de Género.

Por medio de los indicadores, se dará seguimiento a través de cuestionarios, para evaluar el desempeño de los auxiliares judiciales a finales de cada mes. Se espera ver cambio actitudinal a los dos meses de ser implementada

Con este producto se espera mantener a futuro, constantes campañas de sensibilización, las cuales serán implementadas en fechas conmemorativas de violencia de Género.

6.1.2 Actividad lúdica

A través de esta actividad lúdica, que será realizada por un mimo en los pasillos de la Torre de Tribunales en donde se ubican los ocho juzgados de familia y once juzgados de primera instancia penal, para fortalecer las campañas de concientización y sensibilización.

Se pretende que esta actividad lúdica, además de cumplir con su objetivo principal que es sensibilizar a los jueces y auxiliares judiciales, logre captar la atención de los medios de comunicación que cubren la fuente, dando mayor proyección y publicidad sin costo. Se espera realizar esta actividad dos veces al año en el lapso de seis meses, una para conmemorar el 8 de marzo, día internacional de la mujer y la segunda para conmemorar el 24 de noviembre, día de la no violencia contra la mujer.

Mediante el indicador cualitativo se determinará su impacto y se tiene estimado continuar con este tipo de actividades lúdicas, para continuar con la labor de sensibilización que se pretende alcanzar.

6.1.3 Boletín electrónico informativo

En la entrevista a profundidad que se le realizó al jefe de divulgación del Departamento de Comunicación Social, manifestó que en la actualidad, se recibe con poca frecuencia solicitudes por parte de la Secretaría de la mujer y Análisis de Género, para ser divulgada por correo electrónico interno, trifolios y afiches, dirigió a todos los trabajadores del Organismo Judicial.

Por medio del boletín electrónico informativo que se estará enviando de forma continua un día a la semana, a través de Comunicación Social, el cual tendrá en su contenido notas informativas de las actividades y logros de la Secretaría, temas educativos en la perspectiva de Género y mensajes de sensibilización con la finalidad de dar a conocer a otras áreas la Secretaría de la mujer y análisis de Género.

Se tiene contemplado que este medio de información tan importante, será constantemente utilizado para que la estrategia de comunicación y sensibilización tenga continuidad generando los resultados y objetivos esperados.

6.1.4 Afiche informativo

En virtud que los trabajadores técnicos y operativos no poseen correo electrónico, se determinó la necesidad de transmitir la información por medio de un afiche.

Su objetivo principal es transmitir notas informativas de las actividades y logros de la Secretaría, temas educativos en la perspectiva de Género y mensajes de sensibilización.

Este afiche será ubicado en las carteleras de todas las dependencias del Organismo Judicial del país, para que sea accesible y fácil de visualizar para todo el público objetivo y el público meta.

Se espera que con este producto comunicacional, se mantenga una constante información tanto de las actividades y logros en materia de Género y que sea un vehículo de información constante y continua para mantener el mensaje de sensibilización vivo en la mente de las y los trabajadores del Organismo Judicial.

Conclusiones

1. A través de las diferentes herramientas utilizadas en la investigación como árbol de problemas y análisis FODA – DAFO, se determinó la falta de sensibilización en perspectiva de Género y escaso conocimiento en materia de derechos humanos de las mujeres en la mayoría de los trabajadores del Organismo Judicial, específicamente en las y los jueces y auxiliares judiciales de los juzgados de familia y de primera instancia penal, siendo una necesidad imperante optimizar el trato y dar seguimiento adecuado a los procesos de las usuarias que solicitan sus servicios en busca de justicia. Para ello, se propuso la implementación de la estrategia de comunicación y sensibilización para la Secretaría de la Mujer y Análisis de Género del organismo judicial.
2. A través de la observación y entrevistas, se detectó la necesidad de concientizar a los jueces y auxiliares judiciales de la problemática de violencia intrafamiliar y violencia de Género a través de una campaña de sensibilización por medio de una actividad lúdica.
3. Durante la investigación, se realizó un diagnóstico situacional y comunicacional donde se reflejó que una de las debilidades de la Secretaría de la mujer es el desconocimiento por parte del personal del Organismo Judicial, de sus funciones, alcances y logros. Por tal razón, se diseñaron productos comunicacionales para fortalecer la comunicación constante con todas las dependencias.

4. Se determinó que el personal del Organismo Judicial posee escasos conocimientos sobre la perspectiva de Género y es insensible a la problemática. Se implementaron productos prácticos y creativos para sensibilizar, concientizar y educar a las y los trabajadores.

Recomendaciones

1. Continuar con programas de sensibilización y establecer la realización de una estrategia de comunicación de manera continua, actualizando los diagnósticos situacionales y comunicacionales, con el fin de formular estrategias viables, evaluado constantemente las actividades formuladas.
2. Es conveniente para la Secretaría de la mujer, dar seguimiento al proceso de concientización dirigido a todo el personal, siempre con énfasis a las y los jueces y auxiliares judiciales de todo el Organismo Judicial.
3. Planificar actividades dinámicas y creativas para fortalecer la imagen de la Secretaría de la Mujer y Análisis de Género, en virtud que es una importante dependencia del Organismo Judicial, el cual es el tercer poder del Estado y por ende tiene un fuerte impacto en la sociedad civil.
4. Implementar un acto conmemorativo una vez al año, en fechas alusivas al tema de la violencia de género, para reconocer y estimular a los jueces y auxiliares judiciales más destacados en el buen desempeño profesional en el tema de género.

Referencias Bibliográficas

- Castillo Godoy, Delia Cristina. 2012. Metodología de Género. Guatemala, C.A. Ideart, Guatemala, C.A. 60 p.
- Chiavenato, Idalberto. 1989. Clásicos en administración. México. D.F. Editorial Limusa. S.A. de C.V. 850 p.
- Chiavenato, Idalberto. 2007. Administración de Recursos Humanos. México. D.F. Editorial Mc Graw Hill / Interamericana Editores, S.A. de C.V. 500 p.
- Gerstlé, J. 2005. La comunicación política. *Santiago. LOM.*
- Hellriegel, Don, Jackson, Susan E. y Slocum, John W. Jr. 2005. Administración. Un enfoque basado en competencias 10ª. ed. México, D.F. International Thomson Editores, S.A. 540 p.
- Kotler, Philip. 2001. Dirección de Marketing (La edición del milenio). México. Pearson Educación. 792 p.
- Kotler, Philip. y Roberto L., Eduardo. 1992. Marketing Social. Madrid, España. Ediciones Díaz de Santos. S.A.
- Mérida González, Aracely Krisanda. 2011. Manual de búsqueda, descripción bibliográfica, citas dentro del texto y criterios para evaluar

la calidad de las fuentes de información. Guatemala. Editorial ARAKRIS. 66 p.

- Piloña, Gabriel Alfredo. 2011. Práctica sobre Métodos y Técnicas de Investigación Documental y de Campo. Guatemala. GP Editores.
- Sagastume Gemmell, Marco Antonio. 1999. Introducción a los Derechos Humanos. Guatemala. Editorial Universitaria, USAC. Guatemala, 365 p.
- Serrano, Martín. 1991. Teoría de la comunicación. México. Escuela Nacional de Estudios Profesionales Acatlán de la Universidad Nacional Autónoma de México.
- Guatemala. Constitución. Constitución Política de la República de Guatemala 1985. Decretada por la Asamblea Constituyente. Guatemala: Tipografía Nacional. 138 p.
- Guatemala Leyes, Decretos, Códigos etc. Ley del Servicio Civil del Organismo Judicial Decreto No. 48-99 y su Reglamento Acuerdo No. 31-2000. 2008. Guatemala: Tipografía Nacional. 76 p.
- Guatemala Leyes, Decretos, Códigos etc. Ley de Tribunales de Familia. 2004. Guatemala: Ediciones Arriola. 17 p.

E-grafía

- Pérez, Juan. 2000. Marketing Social. México DF. Editorial San Juan. 500 p. Libro Electrónico.
- *Identidad*. Obtenido de <http://www.rppnet.com.ar/identidad.htm> (20 de 09 de 2012).
- *Tipos de Investigación*. Obtenido de <http://www.tgrajales.net/investipos.pdf> (20 de 09 de 2012).
- *Carateristicas de la Investigación de Campo*. Obtenido de www.itescam.edu.mx/principal/sylabus/fpdb/recursos/r54423.DOC (20 de 09 de 2012).
- *Investigación de Campo*. Obtenido de <http://www.geocities.ws/roxloubet/investigacioncampo.html> (20 de 09 de 2012).
- *Organismo Judicial*. Obtenido de <http://www.organismojudicial.org.gt> (12 de 09 de 2012).
- Marketing Social. Obtenido de <http://books.google.com.gt/books?id=vMRDpBfowEMC&pg=PA158&lp g=PA158&dq=teorias+del+marketing+social&source=bl&ots=vgRyZnOhUx&sig=Pt0jHa3iJqK4CJuZkNS-j0-5AFM&hl=es&sa=X&ei=S1p4UOrvJKOg2gXSjID4Dw&ved=0CDAQ6AEwAQ#v=onepage&q=teorias%20del%20marketing%20social&f=false> (12 de 09 de 2012).

ANEXOS

ANEXO 1

Carta de Coordinación solicitud

Licenciado
Manuel Ismael García Montufar
Gerente de Recursos Humanos
Organismo Judicial
Ciudad.



Estimado Lcdo. García:

Es un gusto saludarlo y a la vez presentarle a la Licenciada Carla Rosanna Quiñonez Famiglietti, quien se identifica con carné 100022050 y es estudiante de la Maestría en Comunicación Organizacional.

La Licda. Quiñonez ha solicitado realizar su Práctica Profesional Supervisada (PPS) en la entidad que usted dirige. La práctica en mención, que iniciaría hoy y finalizaría en octubre del año en curso, pretende que la estudiante proponga una estrategia comunicacional para la institución.

Apreciaré su valiosa colaboración en el sentido de enviar su Visto Bueno mediante una carta que avale la aceptación para que la Licda. Quiñonez desarrolle su PPS.

Atentamente,

"Id y enseñad a todos"

M.A. Aracelly Mérida
Coordinadora Postgrado



c.c. archivo

Guatemala, 9 de agosto de 2012

Licenciada
Zenaida Patricia Escobedo Gowans
Secretaría de la Mujer y Análisis de Género
Organismo Judicial
Presente

Licenciada Escobedo:

La saludo cordialmente, deseando éxito en sus labores cotidianas al frente de la Secretaría de la Mujer, promoviendo los derechos humanos de las mujeres; a la vez me permito solicitarle de manera atenta y cordial su beneplácito para poder realizar mi Práctica Profesional Supervisada (PPS), en la Secretaría a su cargo, la cual consiste en realizar un Diagnóstico de Comunicación y una propuesta de Estrategia de Comunicación.

Actualmente, laboro para el Organismo Judicial desde hace dos años en la Gerencia de Recursos Humanos, en la Unidad de Desarrollo Integral y estudio la Maestría en Comunicación Organizacional, en la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala y como requisito de graduación, está contemplado realizar una Práctica Profesional Supervisada (PPS). Dicha práctica consiste en hacer un Diagnóstico de Comunicación Organizacional y realizar una propuesta para una estrategia de Comunicación. Cabe mencionar que cuento con la autorización de mi jefe inmediato y del Gerente de Recursos Humanos para realizar dicho estudio.

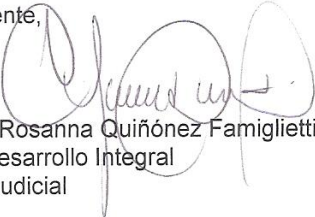
A finales del mes de junio, solicité una entrevista a su secretaria con su persona, la cual me fue otorgada para el lunes 2 de julio a las diez de la mañana; sin embargo, por razones de trabajo, lamentablemente usted no pudo estar presente, siendo la Licda. Delia Castillo, quien gentilmente me atendió y a quien le expliqué los detalles del estudio además de mi interés en realizar dicha Práctica Profesional Supervisada, en virtud que la Secretaría ahora necesita mayor difusión y divulgación en el tema de Género, siendo un proyecto beneficioso tanto en lo personal, como para la Secretaría.

Dicha Práctica consiste en realizar visitas personales de análisis y estudio a la Secretaría una vez por semana, durante los meses de Agosto a Noviembre. En el mes noviembre se rendirá un informe final con el Diagnóstico de Comunicación y la propuesta de la Estrategia de Comunicación para dicha Secretaría.

Adjunto le envío la planificación de las actividades a realizar, las cuales fueron dirigidas y aprobadas por el Departamento de Postgrado de la Escuela de Ciencias de la Comunicación.

En espera de su beneplácito para poder iniciar mi Práctica Profesional Supervisada a partir de la próxima semana, me despido de usted,

Deferentemente,


Licda. Carla Rosanna Quiñónez Famiglietti
Unidad de Desarrollo Integral
Organismo Judicial



ANEXO 2

Carta de autorización Organismo Judicial



Secretaría de la Mujer y Análisis de Género

UMAG-238-2012-ZPEG/nmto

Guatemala, 14 de agosto de 2012.

M.A. Aracelly Mérida
Coordinadora de Postgrado
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Universidad de San Carlos de Guatemala,
Ciudad.

Estimada M.A. Mérida:

Reciba un cordial saludo de la Secretaría de la Mujer y Análisis de Género del Organismo Judicial.

Por este medio acepto la solicitud de la Licenciada **Carla Rosanna Quiñónez Famiglietti**, quien se identifica con carné 100022050, de realizar su Práctica Profesional Supervisada (PPS) de la Maestría en Comunicación Organizacional, en esta Secretaría.

Deferentemente,

Licenciada Zenaida Patricia Escobedo Gowans
Secretaria de la Secretaría de la Mujer y Análisis de Género
Organismo Judicial



ANEXO 3

Carta validación de instrumentos



Secretaría de la Mujer y Análisis de Género

UMAG-240-2012-ZPEG/legg

Guatemala, 17 de agosto de 2012

A quien corresponda:

Por este medio hago de su conocimiento que la Licenciada **Carla Rosanna Quiñónez Famiglietti**, quien se identifica con el carnet no. 100022050 de la Universidad de San Carlos, desarrolla su Práctica Profesional Supervisada en **Secretaría de la Mujer y Análisis de Género del Organismo Judicial**.

A su vez informó que realizó del **martes 14 de agosto al viernes 17 de agosto del año 2012 de manera presencial, telefónica y por correo electrónico** el estudio de las instalaciones, el funcionamiento y la estructura de la institución..

Por tal razón DOY FE que realizó su trabajo de investigación en esta Institución y utilizó las siguientes herramientas para su Diagnóstico Situacional y Comunicacional:

- ✓ Guía de observación
- ✓ Guía de entrevista a profundidad vía correo electrónico
- ✓ Conversaciones a profundidad vía telefónica y presencial a las integrantes de esta Secretaría.

Y para los usos que a la interesada convengan se extiende la presente a los diecisiete días del mes de agosto de dos mil doce.

Deferentemente,

Licenciada Zenaida Patricia Escobedo Gowans
Secretaria de la Secretaría de la Mujer y Análisis de Género
Del Organismo Judicial



ANEXO 4

Carta de estrategia



Secretaría de la Mujer y Análisis de Género

SMAG-239-2012-ZPEG/nmt0

Guatemala, 11 de octubre de 2012

A quien corresponda:

Por este medio hago de su conocimiento que la Licenciada **Carla Rosanna Quiñónez Famiglietti**, quien se identifica con el carnet no. 100022050 de la Universidad de San Carlos y desarrolla su Práctica Profesional Supervisada en **Secretaría de la Mujer y Análisis de Género del Organismo Judicial**.

Asimismo, informo que realizó la presentación y validación de los productos comunicacionales para la Secretaria de la Mujer y Análisis de Género del Organismo Judicial, el jueves 11 de octubre de 2012.

Y para los usos que a la interesada convengan se extiende la presente a los 11 días del mes de octubre de dos mil doce.

Atentamente,

Licenciada Zenaida Patricia Escobedo Gowans
Secretaria de la Secretaría de la Mujer y Análisis de Género
Del Organismo Judicial



C. c. Archivo

Diagonal 6 17-35, zona 10. PBX: 2498-9898 Telefax: 2498-9898

E-mail unidaddelamujer@oj.gob.gt Página Web: www.oj.gob.gt

ANEXO 5

Perfil de Puestos



GUATEMALA, C.A.

DATOS GENERALES DEL PUESTO

NOMBRE DEL PUESTO

Coordinador IV

PUESTO FUNCIONAL

Coordinadora (or) del Área de Aplicación
Primaria en Género

DEPENDENCIA

Secretaría de la Mujer y Análisis de Género del
Organismo Judicial

INMEDIATO SUPERIOR

Secretaria de la Secretaria de la Mujer y Análisis de
Género del Organismo Judicial

RÉGIMEN DE SERVICIO

Libre nombramiento y remoción

OBJETIVO

Coordinar y brindar Asesoría Legal dentro del área de Aplicación Primaria de Género dentro de las funciones de la Secretaría de la Mujer y Análisis de Género.

PRINCIPALES ATRIBUCIONES

1. Promover la incorporación e institucionalización de la perspectiva de Género, en la Administración de Justicia.
2. Supervisar las actividades de la Asesoría Legal y del Área de Aplicación Primaria en Género.
3. Apoyar la promoción e implementación de políticas de los derechos de las mujeres en los planes, proyectos y programas del Organismo Judicial, en especial énfasis en materia de Derechos Humanos.
4. Fortalecer el proceso de capacitación, en coordinación con la Unidad de Capacitación Institucional, previa delegación competente en temas relacionados con las áreas de Asesoría Legal y Medicina Forense.
5. Promover la realización de estudios e investigaciones en el marco de los derechos humanos de las mujeres y análisis de género en



coordinación con el Área de Especialización en Género y con el inmediato superior.

6. Ejercer funciones de coordinación dentro del Área de Aplicación primaria de Género a través del análisis de información obtenida por medio de la Asesoría Legal que se brinda a las y los usuarios que asisten a la Secretaría de la Mujer y Análisis de Género.
7. Participar en la planeación, coordinación y evaluación de las actividades técnicas y administrativas de la Secretaría.
8. Coordinar y redactar informes relativos a las mujeres y la Justicia, que soliciten organismos nacionales e internacionales requeridos al Organismo Judicial y a la Corte Suprema de Justicia.
9. Asesorar y propiciar el diseño y ejecución de un módulo de sensibilización en Género, dirigido a los(as) Magistrados(as), Jueces/zas y auxiliares judiciales, con la finalidad de hacer conciencia sobre la discriminación, inequidad y la situación de las mujeres, como usuarias, víctimas, delincuentes y como administradoras y operadoras de Justicia.
10. Realizar análisis de datos estadísticos, aplicando el enfoque de género y presentar los informes relacionados.
11. Elaborar informes solicitados por el inmediato superior, en el marco de las funciones de la Secretaría de la Mujer y Análisis de Género, en los temas de asesoramiento legal y aplicación primaria en género.
12. Desarrollar otras funciones y actividades que se relacionen con el puesto y que le requiera el inmediato superior; así como las establecidas en la ley, decretos, normas legales, reglamentos internos, acuerdos y circulares según la competencia.

PERFIL

EDUCACIÓN

Graduada (o) a nivel de Licenciatura de preferencia en el área social humanística o en Carrera Universitaria afín al puesto. Colegiada (o) Activa (o). De preferencia con estudios de Posgrado en temática de Género y Derecho de las Mujeres.

EXPERIENCIA

Personal Interno

3 años de experiencia laboral en puestos del Grupo Ocupacional Técnico de las categorías VI a la XIV, o del Grupo Ocupacional Administradores de la categoría I a la XII.

De preferencia acreditar experiencia en materia de Género y Derechos Humanos de las Mujeres.

Personal de Nuevo Ingreso

4 años o más de experiencia laboral en funciones relacionadas con el puesto. Experiencia en materia de Género y Derechos Humanos de las Mujeres. Experiencia en manejo de personal.

OTROS

Conocimientos de computación en ambiente Windows, Office e Internet, toma de decisiones, liderazgo, supervisión y dirección de personal, trabajo en equipo, adecuada relaciones interpersonales.

Conocimiento y aplicación de Leyes y Reglamentos relacionados al puesto, de preferencia de sexo femenino y con estudios de enfoque de género. Alto grado de discreción y disponibilidad de horario y de viajar al interior y exterior de la república. Capacidad de análisis, orientado al servicio de usuarios. Capacidad para trabajar bajo presión. Adecuada presentación.

DATOS GENERALES DEL PUESTO

NOMBRE DEL PUESTO	Psicólogo
PUESTO FUNCIONAL	Psicóloga (o)
INMEDIATO SUPERIOR	Secretaria de la Mujer y Análisis de Género
DEPENDENCIA	Secretaría de la Mujer y Análisis de Género
RÉGIMEN DE SERVICIO	Libre Nombramiento y Remoción

OBJETIVO

- A. Proporcionar asesoría psicológica de los procesos asignados a la competencia de la Secretaría de la Mujer y Análisis de Género.

PRINCIPALES ATRIBUCIONES

1. Participar como facilitadora (or) en los procesos de formación sobre derechos humanos de las mujeres y perspectiva de género, con enfoque psicológico.
2. Brindar atención en crisis, orientación psicológica y realizar la referencia de casos que se presenten a la Secretaría de la Mujer y Análisis de Género (atención primaria).
3. Apoyar los procesos de elaboración de informes sobre Derechos Humanos de las Mujeres que son requeridos a la Secretaria de la Mujer y Análisis de Género, en la materia de su especialidad.
4. Participar en los equipos de trabajo, diseñar y facilitar módulos de sensibilización en los procesos y procedimientos de formación sobre derechos humanos de las mujeres y perspectiva de género, desde su especialidad profesional.
5. Desarrollar actividades que integren los servicios interdisciplinarios de diversas Unidades y que fomenten la salud mental y las relaciones humanas adecuadas del personal de la misma.
6. Participar en sesiones de trabajo, tanto internas como externas, que guarden relación con el área psicológica y con la problemática de

las mujeres y los derechos humanos de las mismas, previa delegación de la titular de la Secretaria de la Mujer y Análisis de Género.

7. Sistematizar actividades varias que se relacionen con sus funciones y las que le sean asignadas por el inmediato superior.
8. Llevar Registro de los casos que le han sido asignados.
9. Realizar entrevistas psicológicas a las y los usuarios que son derivados y asisten a la Secretaria de la Mujer y Análisis de Género.
10. Elaborar y rendir informes a la titular de la Secretaria de la Mujer y Análisis de Género.
11. Elaborar y revisar material educativo con enfoque psicológico y perspectiva de género, en coordinación con la instancia encargada.
12. Asistir a charlas, conferencias, reuniones de trabajo internas y externas, previa delegación, realizada por la titular de la Secretaría de la Mujer y Análisis de Género, a nivel local y departamental.
13. Desarrollar otras funciones y actividades que se relacionen con el puesto y que le requiera el inmediato superior; así como las establecidas en la ley, decretos, normas legales, reglamentos internos, acuerdos y circulares según la competencia.

PERFIL

EDUCACIÓN

Graduada (o) a nivel de Licenciatura en Psicología, con énfasis en Clínica. Colegiada (o) Activa (o). De preferencia con estudios de Posgrado en temática de Género y Derecho de las Mujeres.

EXPERIENCIA

Personal Interno:

6 meses de experiencia laboral en puestos del Grupo Ocupacional Técnico de las categorías I a la X o del Grupo Ocupacional de Administradores de la Categoría I a la VI o de ejercer la profesión. De preferencia acreditar experiencia en

materia de Género y Derechos Humanos de las
Mujeres

Personal de Nuevo Ingreso:

3 años o más de ejercer la profesión y acreditar experiencia en materia de Género y Derechos Humanos de las Mujeres.

OTROS

Manejo de equipo de cómputo en ambientes Windows y Office y equipo de oficina (según las funciones del puesto).

Habilidad en la preparación y presentación de informes técnicos y para una eficaz comunicación.

Habilidad para recolectar, verificar y sistematizar, información.

Excelente redacción y ortografía.

Con excelente capacidad de relacionarse con las instituciones y organizaciones de mujeres, para la asesoría de casos.

Experiencia en procesos de educación y formación de personas adultas.

Conocimiento y aplicación de leyes y reglamentos relacionados al puesto, de preferencia de sexo femenino y con estudios de enfoque de género.

Persona organizada, responsable, puntual, proactiva, orientada al servicio de las mujeres y a la obtención de resultados y objetivos, con adecuadas relaciones interpersonales, adecuada presentación, capacidad para trabajar en equipo y disponibilidad de horario.

DATOS GENERALES DEL PUESTO

NOMBRE DEL PUESTO	Trabajadora Social II
PUESTO FUNCIONAL	Trabajadora (or) Social
INMEDIATO SUPERIOR	Secretaria de la Mujer y Análisis de Género
DEPENDENCIA	Secretaría de la Mujer y Análisis de Género
RÉGIMEN DE SERVICIO	Oposición

OBJETIVO

Apoyar en la incorporación del enfoque de género y de los derechos de las mujeres dándole una visión social a la problemática que enfrentan las mujeres relacionados con sus derechos humanos y el acceso a la justicia en las actividades de la Secretaría de la Mujer y Análisis de Género.

PRINCIPALES ATRIBUCIONES

1. Recibir los expedientes, casos o informes que se le asignen y llevar el control de los mismos.
2. Apoyar al inmediato superior en la elaboración de informes sobre derechos humanos de las mujeres, incorporando la visión social, verificando y recopilando información requerida.
3. Elaborar informes sociales, cuando corresponda, de los casos asesorados por la Secretaría de la Mujer.
4. Coordinar o asesorar la realización de investigaciones sociales, relacionadas con los derechos humanos de las mujeres desde la perspectiva de género.
5. Ser el enlace de comunicación de la Secretaría de la Mujer con colegios profesionales, instituciones u organizaciones a donde se refieren los casos a los que se proporciona asesoría en la Secretaría de la Mujer y monitorear su evolución.
6. Identificar instituciones u organizaciones que proporcionan atención y servicios a las diferentes problemáticas que afrontan las mujeres, para la referencia de casos asesorados en la Secretaría de la Mujer.

7. Ser un vínculo de relación de la dependencia con Tribunales, abogados o abogadas defensoras, para la asesoría de casos.
8. Apoyar desde el enfoque social, los procesos de formación que realiza la Secretaría de la Mujer, en Coordinación con la Unidad de Capacitación Institucional, sobre derechos humanos de las mujeres y perspectiva de género,
9. Proporcionar información con enfoque social para la elaboración de los módulos de capacitación sobre derechos humanos de las mujeres y perspectiva de género, integrándoles el enfoque social ,
10. Realizar visitas domiciliarias relacionadas con los casos asesorados que el indique el inmediato superior.
11. Elaborar los diferentes informes sobre las actividades específicas relacionadas a los estudios socioeconómicos que se le asignan.
12. Asistir a charlas, conferencias, reuniones de trabajo internas y externas, previa delegación, realizada por la titular de la Secretaría de la Mujer y Análisis de Género, a nivel local y departamental.
13. Desarrollar otras funciones y actividades que se relacionen con el puesto y que le requiera el inmediato superior; así como las establecidas en la ley, decretos, normas legales, reglamentos internos, acuerdos y circulares según la competencia.

PERFIL

EDUCACIÓN

Graduada (o) a nivel de Licenciatura en Trabajo Social. Colegiada (o) Activa (o). De preferencia con estudios de Posgrado en temática de Género y Derecho de las Mujeres.

EXPERIENCIA

Personal Interno:

6 meses de experiencia laboral en puestos del Grupo Ocupacional Técnico de las categorías I a la X o del Grupo Ocupacional de Administradores de la Categoría I a la VI o de ejercer la profesión. De preferencia acreditar experiencia en materia de Género y Derechos Humanos de las Mujeres

Personal de Nuevo Ingreso:

3 años o más de ejercer la profesión y acreditar experiencia en materia de Género y Derechos Humanos de las Mujeres.

OTROS

Manejo de equipo de cómputo en ambientes Windows y Office y equipo de oficina (según las funciones del puesto).

Habilidad en la preparación y presentación de informes técnicos y para una eficaz comunicación.

Habilidad para recolectar, verificar y sistematizar, información.

Excelente redacción y ortografía.

Con excelente capacidad de relacionarse con las instituciones y organizaciones de mujeres, para la asesoría de casos.

Experiencia en procesos de educación y formación de personas adultas.

Conocimiento y aplicación de leyes y reglamentos relacionados al puesto, de preferencia de sexo femenino y con estudios de enfoque de género.

Persona organizada, responsable, puntual, proactiva, orientada al servicio de las mujeres y a la obtención de resultados y objetivos, con adecuadas relaciones interpersonales, adecuada presentación, capacidad para trabajar en equipo y disponibilidad de horario.

ANEXO 6

Entrevistas



UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
MAESTRÍA EN COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL
ANÁLISIS SITUACIONAL DE LA SECRETARÍA DE LA
MUJER Y ANÁLISIS DEL ORGANISMO JUDICIAL

GUÍA DE PREGUNTAS PARA ENTREVISTA A PROFUNDIDAD

Muy buenos días, mi nombre es ----, soy estudiante de la Maestría en Comunicación Organizacional de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, de la Universidad de San Carlos de Guatemala y quisiera que me contestara las siguientes preguntas:

Cultura Organizacional

1. Conoce la Misión y Visión de La Secretaría?
2. Cuáles son las Metas que se ha trazado la Secretaría para este año?
3. Conoce los antecedentes de la Secretaría?
4. Cuentan con descripción de puestos?

Comunicación Interna

1. En alguna oportunidad han tenido problemas de Comunicación interna entre los miembros de la dependencia
2. Qué canales de comunicación utilizan internamente?
3. Existe retroalimentación por parte de las autoridades?
4. Cuentan con suficiente información para realizar su trabajo de forma apropiada?

Comunicación Externa

1. La Secretaría tiene contemplado Proyectos de difusión, divulgación o Capacitación en el tema de Género? Cómo?
2. Cuentan con una estrategia de Comunicación
3. Que medios de comunicación utilizan externamente?
4. En alguna ocasión han enfrentado Comunicación en Crisis

Análisis Foda

1. Me puede decir cinco fortalezas que usted considere que tiene la Secretaría?
2. Me puede decir cinco debilidades?
3. Me puede decir a su criterio cinco amenazas?
4. Dígame cinco oportunidades que considera tener?
5. Según usted, cuáles son los factores directos e indirectos que considera afectan a la Secretaría?

6. Tienen alguna relación con entes autónomos o internacionales? Con cuales?
7. Según usted cuál es el problema principal que pueda afectar el desarrollo de las actividades de la Secretaria?
8. De acuerdo al problema identificado, cuáles pueden ser las causas y sus efectos?



ENTREVISTA 1

Muy buenos días, mi nombre -----, soy estudiante de la Maestría en Comunicación Organizacional de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, de la Universidad de San Carlos de Guatemala y quisiera que me contestara las siguientes preguntas:

CULTURA ORGANIZACIONAL

- **Conoce la Misión y Visión de La Secretaría?**

Sí son conocidas por el personal que integra la Secretaría de la Mujer y Análisis de Género.

- **Cuáles son las Metas que se ha trazado la Secretaría para este año?**

Entre algunas de las metas que se establecieron para el año 2012, se encuentran: el fortalecimiento de la Secretaría en lo relacionado a los servicios que brinda, sensibilización y capacitación al personal del área judicial del Organismo, llevar a cabo el proyecto de Transversalización en las localidades en donde existen Juzgados y Tribunales de Femicidio a nivel de República participando activamente en coordinación con la Unidad de Capacitación Institucional.

- **Conoce los antecedentes de la Secretaría?**

Tiene como antecedente la creación de la Unidad de la Mujer y Análisis de Género.

- **Cuentan con descripción de puestos?**

Las descripciones de puestos están en proceso de elaboración y aprobación en la Gerencia de Recursos Humanos.

COMUNICACIÓN INTERNA

- **En alguna oportunidad han tenido problemas de Comunicación interna entre los miembros de la dependencia?**

No.

- **Qué canales de comunicación utilizan internamente?**

Comunicación escrita y oral, ambas de manera formal è informal. Se llevan a cabo reuniones de equipo de forma semanal o bien según prioridades establecidas en el desarrollo de actividades asignadas. Así mismo, reuniones de tipo bilateral en actividades específicas entre la Dirección y las diferentes áreas de trabajo.

- **Existe retroalimentación por parte de las autoridades?**

Sí, en todos los casos, de forma escrita y oral.

- **Cuentan con suficiente información para realizar su trabajo de forma apropiada?**

Sí, ya que existe información interna con las diferentes dependencias del Organismo.

COMUNICACIÓN EXTERNA

- **La Secretaría tiene contemplado Proyectos de difusión, divulgación o Capacitación en el tema de Género?**

Sí.

- **Cómo?**

A nivel institucional con el Departamento de Comunicación Social, la unidad de Capacitación Institucional.

- **Cuentan con una estrategia de Comunicación?**

Sí, se trabaja en coordinación con el Departamento de Comunicación Social.

- **Que medios de comunicación utilizan externamente?**

La principal, puede decirse que es comunicación escrita por medio de trífolios, afiches, compendios, leyes y documentos escritos, para conocimiento y sensibilización en materia de Derechos Humanos de las Mujeres y temas vinculantes como niñez, familia, adulto mayor, violencia contra la mujer, ruta de la denuncia en casos de femicidio, la cual se lleva a cabo a nivel de toda la República en los diferentes juzgados y a nivel interinstitucional según requerimiento.

- **En alguna ocasión han enfrentado Comunicación en Crisis.**

No.



ENTREVISTA 2

Muy buenos días, mi nombre es ____, soy estudiante de la Maestría en Comunicación Organizacional de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, de la Universidad de San Carlos de Guatemala y quisiera que me contestara las siguientes preguntas:

CULTURA ORGANIZACIONAL

- **Conoce la Misión y Visión de La Secretaría?**

Si

- **Cuáles son las Metas que se ha trazado la Secretaría para este año?**

Proponer políticas institucionales de equidad de género y Derechos Humanos de las Mujeres.

Brindar atención primaria y asesoría especializada.

Promover capacitaciones con enfoque de género y derechos humanos de las mujeres.

- **Conoce los antecedentes de la Secretaría?**

Si, es una acción de fortalecimiento a la Unidad de la Mujer y Análisis de Género, por parte de las autoridades superiores, a efecto de contribuir a prevenir, sancionar y erradicar la violencia contra las mujeres en Guatemala.

- **Cuentan con descripción de puestos?**

Se encuentran en proceso de revisión y aprobación.

COMUNICACIÓN INTERNA

- **En alguna oportunidad han tenido problemas de Comunicación interna entre los miembros de la dependencia.**

No

- **Qué canales de comunicación utilizan internamente?**

a) *Comunicación escrita: Memorandums, oficios, correo electrónico.*

b) *Comunicación Verbal: Reuniones semanales de trabajo, vía telefónica.*

- **Existe retroalimentación por parte de las autoridades?**

Si, por medio de las reuniones de trabajo.

- **Cuentan con suficiente información para realizar su trabajo de forma apropiada?**

Si

COMUNICACIÓN EXTERNA

- **La Secretaría tiene contemplado Proyectos de difusión, divulgación o Capacitación en el tema de Género?**

Si

- **Cómo?**

Se tienen contempladas capacitaciones y proyectos de sensibilización dirigidas a personal del Organismo Judicial, así mismo se tienen programadas actividades en conmemoración del Día de la No Violencia, Día de la Mujer, Día de Derechos Humanos y Día de la Madre.

- **Cuentan con una estrategia de Comunicación?**

Se coordina con el Departamento de Comunicación Social.

- **Que medios de comunicación utilizan externamente?**

Se distribuye material promocional y divulgativo tales como: Trifoliales, Afiches, Se realizan entrevistas de Televisión y Radio, se realizan además comunicados de prensa en actividades conmemorativas.

- **En alguna ocasión han enfrentado Comunicación en Crisis.**

No

ANÁLISIS FODA

- **Me puede decir cinco fortalezas que usted considere que tiene la Secretaría?**

Apoyo de las Autoridades Superiores

Personal Capacitado

Personal Multifuncional

Apoyo de la Cooperación Internacional

Apoyo de la Sociedad Civil

- **Me puede decir cinco debilidades?**

Poco espacio en las instalaciones

- **Me puede decir a su criterio cinco amenazas?**
- **Dígame cinco oportunidades que considera tener?**
- **Según usted, cuáles son los factores directos e indirectos que considera afectan a la Secretaría?**
- **Tienen alguna relación con entes autónomos o internacionales? Con cuales?**
- **Según usted cuál es el problema principal que pueda afectar el desarrollo de las actividades de la Secretaria?**
- **De acuerdo al problema identificado, cuáles pueden ser las causas y sus efectos?**



ENTREVISTA 3

Muy buenos días, mi nombre es _____, soy estudiante de la Maestría en Comunicación Organizacional de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, de la Universidad de San Carlos de Guatemala y quisiera que me contestara las siguientes preguntas:

CULTURA ORGANIZACIONAL

- **Conoce la Misión y Visión de La Secretaría?**

Si hemos acordado que serán las mismas de la Unidad.

- **Cuáles son las Metas que se ha trazado la Secretaría para este año?**

Inicialmente realizar el proceso de transición de Unidad a Secretaría, fortalecer la Secretaría, realizar un proceso de inducción con las profesionales y personal que se integraron el 16 de agosto a la Secretaría, posteriormente elaborar la Política de Género para la administración de Justicia, y fortalecer los procesos de capacitación en forma conjunta con la UCI, manteniendo la función de gestionar el aval académico de los Diplomados con los entes académicos entre ellos la Universidad de San Carlos de Guatemala.

- **Conoce los antecedentes de la Secretaría?**

Si muy bien, pues fui parte de la Comisión que elaboró la propuesta de creación de la Unidad de la Mujer, en el año 2006, así mismo participé en la elaboración de su plan estratégico y planes operativos, los que han sido la base para la creación de la Secretaría.

- **Cuentan con descripción de puestos?**

Por el periodo de transición de Unidad a Secretaría, estos se encuentran en proceso de revisión.

COMUNICACIÓN INTERNA

- **En alguna oportunidad han tenido problemas de Comunicación interna entre los miembros de la dependencia.**

No

- **Qué canales de comunicación utilizan internamente?**

En la Unidad, ha existido un verdadero trabajo y sentido de grupo, pues somos un equipo interdisciplinario que desde su especialidad cada una aporta sus saberes y experiencias para el abordaje de la problemática del respeto y vigencia de los derechos humanos de las mujeres, por ello la comunicación es muy abierta, fluida y cálida. Los mecanismos internos más utilizados de comunicación son:

- *Generalmente los lunes tenemos reunión de trabajo, en las cuales se coordina la ejecución del trabajo, definiendo con claridad las actividades que realizará cada una. Estas reuniones también se realizan cuando surgen otras actividades no previstas para esa semana, ejemplo la elaboración de un informe especializado.*
- *Constantemente recibimos correos electrónicos informativos, memorandus, copias de documentos y una excelente comunicación verbal.*

- **Existe retroalimentación por parte de las autoridades?**

Si recibimos información de las actividades por los canales establecidos.

- **Cuentan con suficiente información para realizar su trabajo de forma apropiada?**

Si, por la comunicación constante y porque cada una desde su especialidad aporta elementos para facilitar el desarrollo del trabajo.

COMUNICACIÓN EXTERNA

- **La Secretaría tiene contemplado Proyectos de difusión, divulgación o Capacitación en el tema de Género?**

Se elabora material divulgativo tales como afiches, trifoliales que es enviado a todos los Juzgados y tribunales del país. Así mismo se elabora material educativo como apoyo a las capacitaciones, en el cual se incluye información

de la Unidad. En las capacitaciones se inicia con la explicación de que es la unidad, su misión, visión y funciones.

La Unidad de la Mujer y Análisis de Género en coordinación con la Unidad de Capacitación Institucional, ha logrado un significativo avance en la promoción y respeto de los derechos humanos de las mujeres, al incluir el estudio de esta problemática en los procesos de **formación inicial** dirigidos a aspirantes de las judicaturas de paz e instancia, así mismo en los **procesos de formación continua** dirigidos al personal jurisdiccional y administrativo, así como en los procesos de **formación especializada** entre ellos:

- **Diplomado: “Semipresencial de Actualización y Especialización sobre Femicidio y otras Formas de Violencia Contra la Mujer, en el Marco de los Derechos Humanos”**; el cual mediante la gestión de la Unidad de la Mujer a partir del año 2010, cuenta con el aval académico del Instituto Universitario de la Mujer de la Universidad de San Carlos de Guatemala. Este Diplomado desarrolla en el presente año su tercera promoción, la que esta dirigida a magistradas, magistrados, juezas, jueces, secretarias y secretarios de los departamentos de la región occidental de país, contribuyendo a que en el Organismo Judicial se institucionalice el estudio y aplicación de los derechos humanos nacionales e internacionales de las mujeres en la administración de justicia.
- De la Primera Promoción estuvo dirigida a Magistradas, Magistrados, Juezas, Jueces de Paz, Instancia y Sentencia Penal, de la región central, (Guatemala, Sacatepequez y Chimaltenango). De ella egresaron 51 participantes, 13 hombres y 38 mujeres
- De la segunda promoción egresaron 53 participantes, 36 mujeres y 17 hombres. 3 magistrados, 1 Magistrada y el resto de participantes eran Jueces o Juezas de Paz, Familia, Instancia y Sentencia, Penal, las y los Jueces de los Tribunales de Femicidio.
- De la tercera promoción ingresaron 42 funcionarios judiciales del área occidental del país.
- **Diplomado “Semipresencial de Trabajo Social en Justicia y Derechos Humanos y Género”**, la primera promoción fue dirigida a 42 profesionales de esta disciplina provenientes de todo el país, en el cual la Unidad de la Mujer, ha asesorado en la incorporación de la perspectiva de género, para el efecto ha facilitado los módulos específicos de su competencia, como son: metodología de género para el análisis del fenómeno legal, atención victimológica desde el enfoque social y teoría general del Derecho desde la perspectiva de género y derechos humanos de las mujeres, con el fin de dotar de herramientas útiles para la atención con calidad y calidez humana, especialmente a las mujeres que demandan los servicios.
- La segunda Promoción está dirigida a 30 profesionales de Trabajo Social de la Región Occidental del país, 3 de ellos hombres y el resto de mujeres. Al

igual que la primera promoción cuenta con el aval de la Escuela de Trabajo Social de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

Procesos de formación para el personal de los tribunales especializados

- Para lograr el cambio cultural del personal de los Juzgados y Tribunales especializados, se han desarrollado los siguientes procesos de capacitación.
 - Capacitación e inducción dirigida al personal a integrar los Juzgados Especializados previo al funcionamiento, de los mismos. (año 2010).
 - Programa “Transversalización de Género y Análisis Normativo en Materia de Violencia Contra la Mujer en el Organismo Judicial” (año 2011).
 - Proceso de acompañamiento y formación de las Unidades de Atención Integral de los Juzgados Especializados en Femicidio y otras formas de Violencia contra la Mujer (año 2011).
-

- **Cuentan con una estrategia de Comunicación.**

Si pero no escrita, ni sistematizada.

- **Que medios de comunicación utilizan externamente?**

El material divulgativo popular y la participación en tele noticieros, radio, en actividades organizadas por otras organizaciones o instituciones y en otras acciones coordinadas con el Departamento de Comunicación Social del OJ, con quienes existe una muy buena coordinación de trabajo.

- **En alguna ocasión han enfrentado Comunicación en Crisis.**

No.