

**UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS**  
**FACULTAD DE DERECHO Y CIENCIAS POLÍTICAS**



**CARRERA: CIENCIAS POLÍTICAS**

**TRABAJO DIRIGIDO**



<b>INSTITUCIÓN:</b>	<b>SERVICIO DEPARTAMENTAL DE GESTIÓN SOCIAL (SEDEGES)</b>
<b>TEMA</b>	<b>: ESTRATEGIAS POLÍTICAS DE DIFUSIÓN PARA EL SEDEGES</b>
<b>POSTULANTE</b>	<b>: SUSANA MARIANELA TELLERIA PAYE C.I. 4821497 L.P.</b>
<b>TUTOR :</b>	<b>Lic. IVAN MIRANDA BALCAZAR</b>

**La Paz - Bolivia**  
**2007**

## DEDICATORIA

Porque mis logros, son tus logros, dedicado a mi hermano querido Gustavo Telleria Q.E.P.D., por sus bendiciones enviadas y por ser mi inspiración. A mis padres Luis Telleria y Julia Paye por haber confiado en mi y hacerme una persona de bien, a mis hermanos Maria, Gaby y Fidel por sus palabras de aliento y ayuda.  
Con todo mi amor y agradecimiento

Susana Marianela Telleria Paye

## AGRADECIMIENTO

A mis padres Luis Telleria y Julia Paye por su sacrificio brindado, para lograr mis objetivos y la culminación de mis estudios.

A todos los docentes de la Carrera de Ciencias Políticas, por haberme brindado su amistad y conocimientos necesarios.

Susana Marianela Telleria Paye

## INTRODUCCIÓN

El Servicio Departamental de Gestión Social (SEDEGES), es una entidad dependiente de la Prefectura del departamento de La Paz, que tiene el propósito de aplicar las políticas y normas nacionales emitidas por el órgano competente, sobre asuntos de género, generacionales, familia y servicios sociales, mediante el apoyo técnico a las instancias responsables y supervisión del cumplimiento de los objetivos y resultados propuestos, como coordinar los programas y proyectos en materia de gestión social.

La Unidad de Relaciones Públicas y Comunicación está diseñada, para que por medio de esta unidad se realice la difusión del Servicio Departamental de Gestión Social (SEDEGES) en todas sus actividades. Además de ser la indicada para manejar la imagen de este servicio que va en bien de la sociedad.

En los últimos años, la comunicación ha realizado importantes contribuciones en el proceso de información para mejorar las condiciones de vida de la población e información en cuanto a las instituciones que administra el servicio.

Lo anterior ha abierto nuevas perspectivas y desafíos a los politólogos y comunicadores, quienes, necesariamente, han redefinido su rol, pasando a ser también un estrategia para la difusión de información en un proceso de expresión social, y poder utilizar los conocimientos y técnicas adquiridas para el beneficio social.

Es así, que las **RELACIONES PÚBLICAS**, siendo un papel que desempeña una persona dentro de un sistema social, se hace importante, conocer que son las relaciones públicas debido a que varias son las teorías respecto de la época en que las relaciones públicas se muestran en Bolivia. Hace dos décadas la definición de

relaciones públicas era la siguiente: "*Hacer el bien e informar a la gente de esto*", en la actualidad esta definición esta desechada debido a que las relaciones públicas se entienden como proceso de una función. Podríamos definir a las Relaciones Publicas como el esfuerzo planeado para influenciar la opinión mediante el buen carácter y la ejecución responsable basados en la comunicación de dos direcciones mutuamente satisfactoria.

## **JUSTIFICACIÓN.**

Este proyecto tiene el reto de comunicar e ir más allá del análisis normativo básico vigente, para buscar vías que informen a la población y que la misma tenga pleno conocimiento de una de las instituciones como es el Servicio Departamental de Gestión Social, y de esta manera siendo uno de nuestros derechos, la vida, la salud, la dignidad y otros que se encuentran reconocidos en la Constitución Política del Estado, se hace importante que uno de los deberes de nuestras instituciones públicas sea darnos a conocer en cuanto a, qué hacen y qué funciones cumplen dentro de nuestro Estado, que puedan ayudarnos para mejorar nuestras vidas.

En este sentido la Prefectura del Departamento de La Paz al igual que las demás entidades e instituciones publicas, debe efectuar el programa de operaciones POAs de la Área Funcionales (Afs) de su dependencia los que constituyen el instrumento, para el logro de los objetivos de gestión: definen las operaciones necesarias, estima tiempos de ejecución determina los recursos, designa a los responsables por el desarrollo de las operaciones y establece indicadores de eficacia y eficiencia de los resultados a obtenerse.

El Servicio Departamental de Gestión Social (SEDEGES), es una entidad dependiente de la Prefectura del Departamento de La Paz, que tiene el propósito de aplicar las políticas y normas nacionales emitidas por el órgano competente, sobre asuntos de género generacionales, familia y servicios sociales, mediante el apoyo técnico a las instancias responsables y supervisión del cumplimiento de los objetivos y resultados propuestos, como coordinar los programas y proyectos en materia de gestión social.

De esta manera, la Unidad de Relaciones Públicas y Comunicación está diseñada como una dependencia eminentemente de carácter voluntarista y asistencialista, y por medio de esta unidad se debe realizar la difusión del SEDEGES.

Las estrategias proporcionan marcos útiles a las reformas de las políticas. Constituyen tanto una visión del futuro del sector como un mapa de ruta para alcanzarla. Las inversiones públicas son uno de los medios para implementar las estrategias pero, crecientemente, las estrategias se concentran en temas relativos a instituciones, marcos legales, funcionamiento de los mercados y disponibilidad de recursos. Las estrategias deben tener en cuenta objetivos de equidad y eficiencia.

## RESUMEN EJECUTIVO

### **1.- TÍTULO.**

"ESTRATEGIAS POLÍTICAS DE DIFUSIÓN PARA EL SERVICIO DEPARTAMENTAL DE GESTIÓN SOCIAL"

### **2.- AREA TEMATICA.**

RELACIONES PÚBLICAS:

§ Comunicación Social

§ Técnicas

§ Estrategias

### **3.- PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.**

Existe la necesidad de implementar estrategias políticas de difusión para lograr una mejor comunicación y obtener buenos resultados en el receptor (población), también, se debe tomar en cuenta que en el momento de informar frecuentemente se utilizan términos y mensajes mal elaborados a través de canales poco accesibles.

§ Crear estrategias para la difusión del SEDEGES.

§ Apoyo institucional para poder informar a la población paceña acerca de las funciones que cumple el SEDEGES.

§ Se hace importante utilizar un lenguaje sencillo, pero no vulgar ni muy especializado para un mejor entendimiento.

" Conseguir las estrategias y medios para lograr nuestros fines.

§ Al ser una institución social se requiere del apoyo de la sociedad, es por eso que necesitamos que conozcan nuestra institución para obtener el apoyo necesario de la misma.

#### **4. OBJETIVOS.**

##### **GENERAL:**

Establecer las estrategias políticas más convenientes para la difusión del SEDEGES, y de esta manera desarrollar actividades de información, I de participación activa, sostenida y protagónica de la comunidad, de las organizaciones de la sociedad civil y otras instituciones ligadas al SEDEGES. Logrando proyectar una buena imagen del Servicio Departamental de Gestión Social (SEDEGES).

##### **ESPECÍFICO:**

Contribuir al fortalecimiento del SEDEGES con una política, a través de la difusión de sus programas, eventos, y actividades académicas, así como de la generación de producción y difusión cultural que permita consolidar valores, actitudes, y comportamientos de quienes integran en el SEDEGES y la sociedad en general.

**LINEAMIENTOS GENERALES.**

" Lograr que la mayor parte de la población paceña tenga conocimiento del servicio que ofrece el SEDEGES a nivel interno y externo que cumple nuestra institución.

- Lograr un incremento en cuanto a la información y participación de la población / comunidades.
- Informar a la mayor parte de la población paceña, para que de esta manera conozca con profundidad sus derechos, deberes y acerca del apoyo que le ofrece el SEDEGES, según la realidad social, en la solución de los problemas de la niñez y adolescencia con discapacidad, adulto mayor y población en situación de riesgo.
- Apoyar al mejoramiento de la calidad de los servicios de información.

Obtener un incremento en los conocimientos sobre derechos y deberes de la población, así mismo, persuadir el apoyo de la población en cuanto a la labor y actividades que cumple el SEDEGES.

## **5.- PROPUESTA**

Proyectar una buena imagen del Servicio Departamental de Gestión Social (SEDEGES), hacia las instituciones, organizaciones sociales y ciudadanía en general, mediante la difusión acerca del trabajo que realiza y los servicios que ofrece el SEDEGES, por medio de técnicas y Estrategias Políticas. Así mismo, las relaciones públicas que debe llevarse a cabo, para mantener un apoyo a largo plazo.

## **6.- TIPO DE INVESTIGACIÓN.**

Con la perspectiva de una manera de sistematizar, la cual adquiere una virtud adicional, la sistematización nos permitirá obtener información de primera mano y no sólo de las acciones, sino también de las interpretaciones de las personas, las cuales son decisivas para otorgarle sentido a nuestro proyecto. La sistematización, será utilizada en la información adquirida del servicio, para que exista un mensaje más directo, claro y menos difuso.

Una metodología focal cualitativa y descriptiva, será la utilizada en nuestro caso.

## **INDICE**

### **I.- PRIMERA PARTE.**

#### **EL SERVICIO DEPARTAMENTAL DE GESTIÓN SOCIAL (SEDEGES).**

1. Nombre del proyecto
2. Entidad responsable del proyecto
3. Entidad operadora

### **II.- SEGUNDA PARTE.**

#### **IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA A SOLUCIONAR O POTENCIALIDAD A DESARROLLAR EN EL SEDEGES.**

4. Localización del proyecto
5. Descripción del problema

### **III.- TERCERA PARTE .**

#### **METODOLOGIA PARA LA DIFUSIÓN DE INFORMACIÓN DEL SEDEGES.**

1. METODOLOGÍA PARA LA DIFUSIÓN
2. MARCO TEÓRICO  
LAS RELACIONES PÚBLICAS Y COMUNICACIÓN SOCIAL, SU IMPORTANCIA PARA LA DIFUSIÓN DE LA IMAGEN INSTITUCIONAL
  - 2.1 Naturaleza del público
  - 2.2 Naturaleza de la institución
    - a) Como funciona
    - b) Visión
    - c) Misión
    - d) Objetivo

- e) Areas de gestión y atribuciones de la institución
- f) Prioridad de trabajo
- g) Marco legal del SEDEGES
- h) Estructura organizacional del SEDEGES
- i) Servicios que ofrece el SEDEGES a nivel interno y externo
- j) La Unidad de Relaciones Públicas y Comunicación

2.3 identificación de asociaciones sociales, culturales y políticas

2.4 identificación de estrategias políticas para la difusión

### 3. MARCO PRACTICO

- a) Contexto de la realidad
- b) Estrategia comunicacional
- c) Identificación de posibles mensajes
- d) Producción reproducción y difusión
- e) Coordinación
- f) Estrategia del mensaje

## **IV.- CUARTA PARTE.**

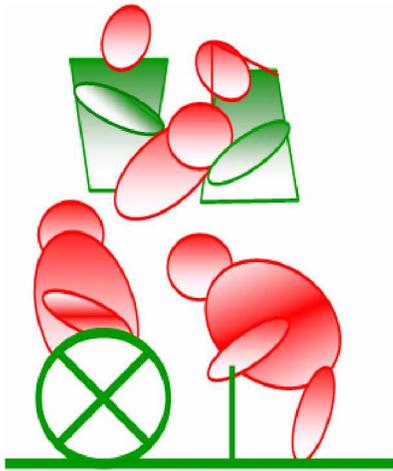
### **ESTRATEGIAS Y TÉCNICAS PARA LA DIFUSIÓN DEL SEDEGES**

1. Soportes para la difusión
2. Propuesta inicial

### **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

### **BIBLIOGRAFIA**

### **ANEXOS**



# **PROYECTO EN GENERAL**

**Servicio Departamental de Gestión Social**

**SEDEGES**

**PREFECTURA DEL DEPARTAMENTO DE LA PAZ**

I.- PRIMERA PARTE:

EL SERVICIO DEPARTAMENTAL DE GESTIÓN SOCIAL  
(SEDEGES)

1. Nombre del proyecto:

ESTRATEGIAS POLÍTICAS DE DIFUSIÓN PARA EL SERVICIO  
DEPARTAMENTAL DE GESTIÓN SOCIAL  
( SEDEGES )

2. Entidad responsable del proyecto:

- Nombre de la institución /unidad
- SEDEGES, Unidad de Relaciones Públicas y Comunicación
  
- Dirección
- Relaciones Públicas y Comunicación. Teléfono 2488191,

3. Entidad operadora (control y evaluación) del servicio:

- Nombre de la institución
- SEDEGES y la Unidad de Relaciones Públicas y comunicación.

## II.- SEGUNDA PARTE.

### IDENTIFICACION DEL PROBLEMA A SOLUCIONAR O POTENCIALIDAD A DESARROLLAR EN EL SEDEGES.

1. Localización del proyecto:

- Departamento:

La Paz
--------

2. Descripción del problema:

- Existe la necesidad de implementar estrategias políticas de difusión para lograr una mejor comunicación y obtener buenos resultados en el receptor (población), también, se debe tomar en cuenta que en el momento de informar frecuentemente se utilizan términos y mensajes mal elaborados a través de canales poco accesibles.

§ Crear estrategias para la difusión del SEDEGES.

§ Apoyo institucional para poder informar a la población paceña acerca de las funciones que cumple el SEDEGES.

§ Se hace importante utilizar un lenguaje sencillo, pero no vulgar ni muy especializado para un mejor entendimiento.

- Conseguir las estrategias y medios para lograr nuestros fines.

Al ser una institución social se requiere del apoyo de la sociedad, es por eso que necesitamos que conozcan nuestra institución para obtener el apoyo necesario de la misma.

### III.- TERCERA PARTE: METODOLOGIA PARA LA DIFUSIÓN DE INFORMACIÓN

#### 1. METODOLOGIA PARA LA DIFUSIÓN.

Con la perspectiva de una manera de sistematizar, la cual adquiere una virtud adicional, la sistematización nos permitira obtener información de primera mano y

no sólo de las acciones, sino también de las interpretaciones de las personas, las cuales son decisivas para otorgarle sentido a nuestro proyecto. La sistematización, será utilizada en la información adquirida del servicio, para que exista un mensaje más directo, claro y menos difuso.

Una metodología focal cualitativa y descriptiva, será la utilizada en nuestro caso.

Para tener un parámetro sobre el cual se pueda evaluar el impacto de la presente estrategia de IEC, se llevara a efecto una investigación cualitativa de línea a nivel provincial, Se prevé que esta investigación sea realizada utilizando técnicas y estrategias sencillas por conglomerado.

En el pleno proceso de ejecución, se realizaran acciones de monitoreo para asegurar que las actividades se estén realizando según lo planificado, identificando problemas y poniendo soluciones oportunas, Esta se la deberá realizar en el nivel local y central.

## 2. MARCO TEÓRICO

### LAS RELACIONES PUBLICAS Y SU IMPORTANCIA PARA DIFUSIÓN DE LA IMAGEN INSTITUCIONAL

La ausencia de una estrategia comunicacional hace que todavía se perciba a la institución con las anteriores denominaciones como EX -ONANFA o DIRME, o como si estas ya no existieran y que el SEDEGES sea considerado como una institución que no tiene nada en común con ONANFA o DIRME; de esta manera gran parte de la población desconoce los servicios y actividades que realiza el

SEDEGES tanto a nivel interno como externo quien depende de la Prefectura de La Paz.

En cualquier proyecto lo primero es llegar a definir y entender los términos usados en el tema, ya que sin su verdadero significado se hace imposible evaluar el problema y llegar a los objetivos planteados; ASÍ MISMO IDENTIFICAR quiénes deben ser los responsables de solucionar nuestro problema, por lo mismo empezaremos con la explicación teórica del tema.

Las relaciones públicas constituyen la función administrativa que evalúa las actitudes del público, identifica políticas y procedimientos de una organización con el interés público, ejecuta un programa de acción y comunicación para ganar la comprensión y la aceptación del público además de ser la responsable de dar a conocer y lograr buenas relaciones del servicio con otras instituciones, por lo señalado se hace importante definirla en su totalidad.

Una de las definiciones actuales de las Relaciones Públicas es la siguiente: Las relaciones públicas son la mejor forma de utilizar la comunicación para dar solución a los problemas buscando siempre la conciliación de criterios entre diferentes grupos sociales.<sup>1</sup> Dentro del campo empresarial las relaciones públicas son consideradas como: la mejor forma que tiene una empresa de administrar interna y externamente la comunicación. °

Así también debemos definir y entender que es COMUNICACIÓN, podríamos decir que es un trato entre dos o más personas, y definirla como la transmisión de un mensaje con un código común entre el emisor y el receptor.

---

<sup>1</sup> GUTIERREZ, Siles Feranando, "Relaciones Publicas", pg.7

Relaciones públicas con los medios de comunicación, los medios de difusión periodística son los mejores aliados de las relaciones públicas de cualquier empresa; en consecuencia es con ellos con quienes se debe mantener excelentes relaciones. Los medios de comunicación ejercen influencia en la opinión pública, una publicación puede favorecer o perjudicar la imagen de una empresa.

Las POLÍTICAS DE DIFUSIÓN CULTURAL Y RELACIONES PÚBLICAS son la especificidad del quehacer tanto de los comunicadores como también de politólogos, esta como la producción y desarrollo de conocimiento, junto a la formación de profesionales, la promoción de la cultura en sus distintas manifestaciones, tanto al interior como al exterior de una institución. Con la política de Difusión Cultural y Relaciones Públicas, es que se establece la comunicación con la comunidad y con la sociedad en sus campos científicos, culturales y educativos.

Para llegar a las Relaciones Públicas es preciso primeramente pasar por las Relaciones Humanas, en efecto es muy difícil proyectar una imagen favorable de la organización si esta no conforma un grupo homogéneo, en el que impera un sentimiento de simpatía, colaboración y entendimiento entre sus miembros. Toda campaña bien planificada de relaciones públicas debe iniciarse con una intensa actividad de Relaciones Humanas y por consiguiente de Relaciones Públicas.

Entonces, Relaciones Públicas, son vinculaciones con los públicos. En tanto que Relaciones Humanas, son vinculaciones entre seres humanos o personas.

Concepto de las Relaciones Públicas:

Su nombre esta compuesto de dos vocablos: Relaciones y Públicas; que significan vinculaciones con los públicos.

Las Relaciones Públicas datan de los primeros tiempos de existencia de la humanidad, pues en cualquier tiempo y lugar, había ya en mayor o menor grado relaciones públicas. La técnica primitiva de ésta se desarrolló en el campo de la ciencia política, es así , que este es un tema que nos incumbe tanto a comunicadores, como politólogos.

Los griegos y otros pueblos conocían perfectamente las técnicas de la propaganda y la información, así como la necesidad de muestreo constituyen un nuevo campo que ha llegado a ser gradualmente un conjunto organizado de conocimientos, reconocidos en una próspera vida mercantil. Las Relaciones Públicas afectan los intereses sociales y precisan por ello apoyarse fuertemente en las ciencias sociales. "Encuadran el estudio de las relaciones humanas, que no dependen de procedimientos mecánicos deben ser constantes y no esporádicos".

Uno de nuestros fines es que las Relaciones Públicas cumplan la función directiva de carácter continuativo y organizado, por medio de la cual las instituciones públicas y en nuestro caso el Servicio Departamental de Gestión Social, traten de conquistar y mantener la comprensión, la simpatía y el apoyo de aquellos públicos con los que están o deberán estar vinculados a través de la evaluación de la opinión pública sobre la obra propia en este caso el servicio cuenta con el apoyo de empresas y otros, a fin de concordar en todo lo posible las orientaciones y procedimientos propios y obtener por medio de una información amplia y difundida, una cooperación productiva y una realización más eficaz de los intereses comunes".

Son un esfuerzo consciente para estimular o influir en las personas, principalmente por medio de la comunicación, para hacer juzgar favorablemente al SEDEGES.

Pero para conseguir los resultados se necesita cada una de las áreas o departamentos de la entidad deberá reunir a sus integrantes periódicamente, bajo la dirección del correspondiente jefe, quien deberá organizar, promover y dirigir la realización de tres tipos de comunicación:

En primer lugar, hablará el superior dando las indicaciones, órdenes, comunicación de nuevas metas, correcciones, etc. (comunicación de arriba para abajo).

La segunda etapa de la reunión, es la cual el jefe estimulará a sus subordinados para que hagan sugerencias sobre el mejor modo de llevar a cabo el trabajo a cargo del área o sección.<sup>2</sup>

La tercera etapa consiste en que los presentes coordinen sus trabajos y actividades con el propósito de evitar que, por falta de comunicación adecuada, se produzcan desentendimientos y fricciones entre los diversos sectores de la organización pero así también los demás áreas deberán pasar cualquier información que sea de incumbencia de la unidad responsable de Relaciones Públicas y Comunicación.

La Unidad de Relaciones Públicas y Comunicación tiene a su cargo y responsabilidad de proyectar una imagen positiva en dichos públicos haciendo que los mismos experimenten simpatía hacia nuestro servicio o institución y nos brinden su apoyo y comprensión.

El lograr, por medio de un dialogo permanente, la concordancia de intereses

---

<sup>2</sup> Pagina Web. Relacipubli.com.bo

entre la organización y sus diversos públicos buscando siempre el beneficio de ambas partes ya que no solo se trata de buscar el beneficio de nuestro servicio o institución sino también el beneficio de las instituciones, empresas y público en general, para de esta manera mantener una ayuda y apoyo permanente.

La Unidad de relaciones públicas y comunicación debe recomendar a la dirección y el mismo a sus superiores que instaure una política que inhiba la formación de técnicas para mantener relaciones con nuestro público.

Tanto las Relaciones Públicas como la comunicación son dos puntos importantes para la difusión de una institución, se hace importante ver el tipo de comunicación que se utilizará, en este caso encontramos dos tipos de comunicación que deben ser aplicadas :

Comunicación programada la primera se refiere a la que es elaborada, planificada y emitida intencionalmente por la organización, como serían por ejemplo, los comunicados de prensa, la publicidad, etc., por medio de las cuales la empresa difunde en el público lo que quiere y desea transmitir.

No programada es la que surge o emana de los trabajadores de la empresa y de los familiares de los mismos. Cada integrante del grupo laboral de la institución, expresa su opinión sobre la empresa, en primer término, a los integrantes de su familia, pero, además, al grupo de sus amistades.

Así, en un proceso de circularidad, se difunde en el medio social la opinión del trabajador con referencia a la institución en la cual presta sus servicios.

Esta difusión de imagen de la institución a través de sus propios trabajadores,

evidentemente, no fue ni puede ser programada ni planificada, pero, sin embargo, tiene una gran importancia por el alto grado de credibilidad que despierta en el medio ambiente.

Las relaciones públicas son unas de las palancas más poderosas para impulsar el desarrollo social de una comunidad, en razón de que las mismas hacen posible: que la institución sea considerada como un medio para el auto desarrollo de todos sus integrantes.

Que, asimismo en lo atinente a los públicos externos las relaciones públicas, al establecer canales de comunicación dialoguista entre la organización y éstos, hacen posible que la producción de bienes y servicios satisfaga mejor las necesidades y aspiraciones de los individuos. Además de que éstos tienen la posibilidad de expresar sus derechos y demandas.

Las Relaciones públicas constituyen una actividad esencial, por medio de las cuales las :

Instituciones y las asociaciones se comunican con los diversos públicos para:

Transmitir una imagen fiel y exacta de la Empresa.  
Establecer un entendimiento mutuo.

Hacer conocer su valor como fuente de trabajo, su aporte a la clase social mas desposeída.

Su contribución a la comunidad.

La comunicación será muy importante por el intercambio de mensajes entre un emisor y un receptor en algunos casos.

## 2.1 Naturaleza del público.

Se hace importante identificar la naturaleza o las características de los actores en un determinado problema, es decir un análisis de conocimiento, análisis de actitudes y un análisis de las prácticas, además de comprender las expectativas de cómo se solucionaría los problemas según los actores involucrados.

Las Relaciones Públicas en nuestro caso se hacen importantes por estar siempre en contacto con el público y la misma debe ser manejada por personas que conoce el tema del llegar a una persona o al público informando acerca de lo que hace nuestra institución y el apoyo que se solicita, por lo mismo es importante el público al que nos dirigimos.

Cuando nos referimos al público nos dirigimos a todo grupo social con un interés determinado y, a veces también, con un nivel cultural específico a quienes se debe persuadir.

En nuestro caso tendremos dos grupos de públicos por persuadir los: Públicos Internos y Públicos Externos. Por lo que debe manejarse una información de manera interna y una información de manera externa en cuanto a los servicios que ofrece la institución, cuando nos referimos al Público Interno, debemos dirigirnos a los grupos sociales afines que apoyan, colaboran a la institución. Así, por ejemplo: los colegios; las empresas; los funcionarios; los empleados; etc.

Públicos Externos, por su parte, son todos aquellos grupos sociales que tienen

un determinado interés que vincula a sus miembros entre sí. Los Públicos Externos de una organización son numerosísimos, pero, no debe perderse de vista que alguno de ellos interesan más que otros a la empresa o institución en cuestión. Sólo unas cuantas de ese gran espectro social surgirán los clientes o nos servirán para difundir la imagen que pretendemos proyectar de la organización de que se trata. En este caso el Público Externo debe tener una información acerca de los servicios que ofrece el SEDEGES a nivel externo.

Es así que los Objetivos de las Relaciones Públicas son los siguientes: Teniendo en cuenta la clasificación anterior de los públicos, los objetivos de las relaciones públicas se dividen en:

Objetivos con los públicos internos.

Objetivos con los públicos externos.<sup>3</sup>

La Unidad de Relaciones Públicas y Comunicación tiene a su cargo y responsabilidad de proyectar una imagen positiva en dichos públicos haciendo que los mismos experimenten simpatía hacia nuestro servicio o institución y nos brinden su apoyo y comprensión.

Las Relaciones Públicas, dijimos son vinculaciones con los públicos. Esta disciplina busca insertar a la empresa dentro de la comunidad, haciéndose comprender, tanto por sus públicos externos como internos, de sus objetivos y procedimientos a fin de crear vinculaciones provechosas para ambas partes mediante la concordancia de sus respectivos intereses.

---

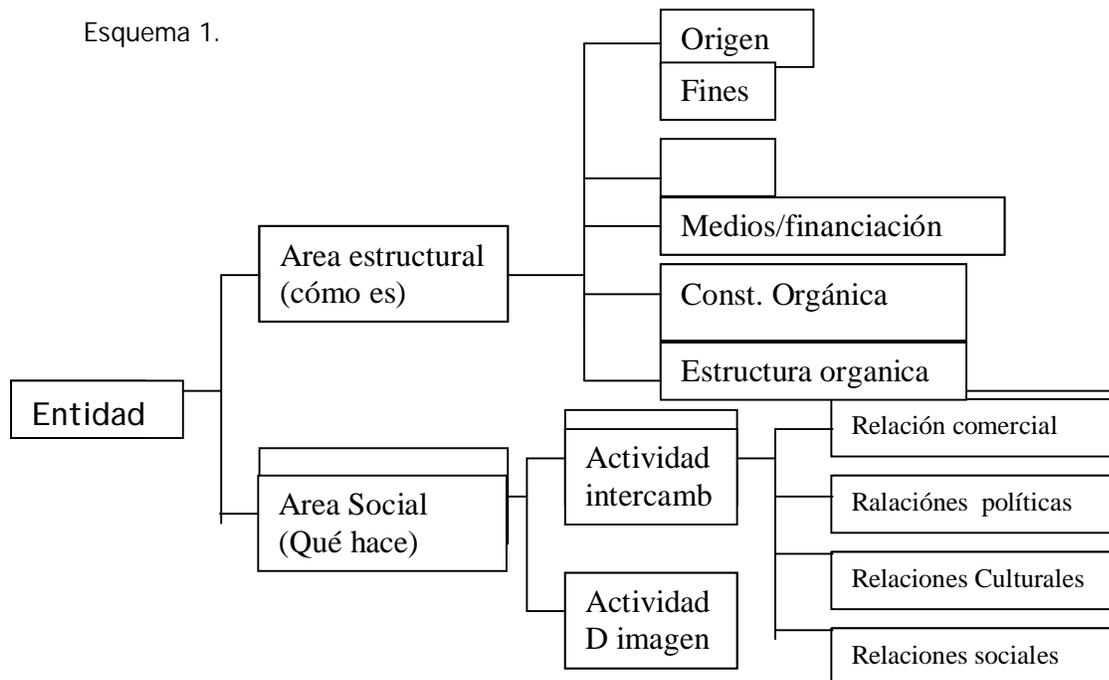
<sup>3</sup> BARRIGA, Muñoz Antonio, "Relaciones Públicas", pg. 16

## 2.2. Naturaleza de la Institución.

La información obtenida de la institución es muy importante ya que la misma será utilizada en diferentes técnicas, que serán conocidas por nuestro público. Para obtener la información adecuada de la institución utilizaremos el siguiente organigrama el cual nos facilitara el trabajo:

### Organigrama Informático

Esquema 1.



A partir del esquema 1, realizaremos el vaciado de información de la Institución, ya que el mismo nos servirá como un tipo de estructura acerca de la información

que debemos tener y que nos sirva de guía y para poder elaborar un dossier documental que nos sirva como base para ordenar la información de la institución.

Cómo funciona?

El Servicio Departamental de Gestión Social, es dependiente de la Prefectura del Departamento de La Paz,

El origen de Gestión Social proviene de las Instituciones Rosa María Galindo de Barrientos con carácter asistencial y beneficencia creada en el año 1965 y el Servicio de Planificación, Promoción de Desarrollo SENDEP fundada por D.S. 007972 el año 1967, ese mismo año por D.S. 008860 en su situación de SENDEP. se crea la Oficina de Acción Social dependiente de la Presidencia de la República con el objetivo de impulsar la política de bienestar social y beneficencia.

El 22 de Septiembre de 1971, a través del D.S. 09922 basándose en el Consejo Nacional del Menor (CONAME) y la Oficina de Acción Social de la Presidencia, se crea con denominación original la Junta Nacional de Desarrollo Social.

Sus funciones y atribuciones de la Junta Nacional de Desarrollo Social fueron determinadas por D.S. 10642 de 15 de diciembre de 1972. Empero por D.S. 12300 de 13 de marzo de 1975 en forma definitiva se modifica y se reglamenta su estructura y con la Resolución Suprema 177057 de 19 de mayo de 1975 se aprobó el Estatuto Orgánico de la Institución, en sus cuatro Títulos, ocho Capítulos y 109 artículos.

Su naturaleza; Organismo Ejecutivo dependiente de la Presidencia de la República; con personería jurídica, autonomía administrativa, técnica y de patrimonio independiente asignado por los Decretos Supremos 009922 y 108642 de 22 de septiembre de 1971 y de 15 de diciembre de 1972, respectivamente. Los

organismos que la conformaban fueron la Dirección Nacional del Menor (DINAME) y la Dirección Nacional de Promoción y Asistencia Social a la Mujer y Ancianos.

En 1982 se constituye la Junta Nacional de Solidaridad y Desarrollo Social en lugar de la Junta Nacional de Desarrollo Social con respectivas Direcciones Regionales del Menor (DIRME), a objeto de brindar asistencia social y protección a niños y ancianos.

En 1985, se crea la Subsecretaría de Asuntos Generacionales, actual viceministerio de Asuntos de Género, Generacionales y Familia, que como cabeza de sector, tiene la misión de definir las políticas y normas referentes a la equidad de género y el desarrollo integral de Niños, Niñas, Adolescentes, Jóvenes y Adultos Mayores, así como de la familia en su conjunto. A partir del año 1987, el estado Boliviano inicia un proceso de reformas estructurales, como en las de organizaciones y administraciones del Estado.

En 1995; se aprueba la Ley 1654, Ley de Descentralización Administrativa, dando lugar a una nueva Organización Institucional de Política social, es decir:

A nivel Nacional se crea:

El Ministerio de Género, Generacional y Familia.

3. A nivel Departamental se constituyen los:

Servicios Departamentales de Gestión Social.

Servicios Departamentales de Educación.

Servicios Departamentales de Salud.

A nivel Municipal se incorporó:

Defensorías y Órganos como el Defensor del Pueblo.

A partir de la vigencia de dichas disposiciones, dejaron de funcionar DIRME y ONAMFA.

De esta manera siendo la prefectura una entidad de la cual, muchas instituciones dependen, debido a que la misma tiene como misión, visión y marco legal lo que explicamos a continuación.

#### Naturaleza Jurídica

El Servicio Departamental de Gestión Social, cuya sigla es SEDEGES, es un órgano desconcentrado y de coordinación de las Prefecturas del Departamento, con competencia de ámbito departamental, en lo relativo a la gestión técnica del Servicio, y con dependencia funcional del Director de Desarrollo Social de la respectiva Prefectura.

#### Misión Institucional

Misión de la Entidad Prefectural del Departamento de La Paz.

A nivel departamental y en el ámbito de su competencia, tienen como visión fundamental la de aplicar las políticas y normas nacionales, emitidas por el órgano competente, sobre asuntos de género, generacionales, familia y servicio sociales,

mediante el apoyo técnico a las instancias responsables y la supervisión del cumplimiento de los objetivos y resultados propuestos, así como la de coordinar los programas y proyectos en materia de gestión social.<sup>4</sup>

Promover el desarrollo sostenible y mejorar la calidad de vida en los pobladores del departamento de La Paz a través de la implementación de la estrategia de desarrollo del Departamento (PDDES), con criterios de eficacia y transparencia, basadas en los sistemas de la Ley SAFCO.

### Visión Institucional

Departamento de La Paz Productivo y Competitivo, unido y vinculado en las diversidades, con igualdad de oportunidades y nuestra participación comprometida.

### Objetivo

Brindar asistencia social y protección a Niños y Ancianos, en 1992 se crea el Organismo Nacional del Menor, Mujer y Familia (ONAMFA), que tiene como misión regular, normar, fiscalizar y supervisar las políticas dirigidas al menor, mujer y familia; mientras que a nivel departamental continúa funcionando DIRME.

---

<sup>4</sup> Documentos SEDEGES.

## Áreas de Gestión y Atribuciones de la Institución:

- a) Cumplir y hacer cumplir las políticas y normas establecidas en asuntos de género, generacionales, familia y servicios sociales.
- b) Formular en forma participativa y concertada, el Plan Departamental de la Institución sobre la base de los planes municipales, distritales y regionales.
- c) Planificar, normar y ejecutar programas regionales, en el área de su competencia.
- d) Promover programas y acciones vinculados a la problemática de los niños de la calle y en la calle.
- e) Coordinar la prestación de asesoramiento jurídico - legal en materia familiar y prestar atención psicológica al Niño, niña y adolescente, mujer y anciano maltratado.
- f) Velar por el respeto y vigencia de los derechos de la familia, de la mujer, del niño y del anciano.
- g) Coordinar, dentro de su respectiva jurisdicción departamental, la defensa socio - jurídica de la mujer, del anciano y del niño niña y adolescente, en el marco de las disposiciones legales existentes sobre el particular.
- h) Promover los derechos de la mujer y su participación en los procesos de planificación, con el propósito de lograr la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres, así como ejecutar, a nivel departamental, programas y proyectos de desarrollo social, con enfoque de género y demandas de equidad.
- i) Prevenir situaciones y actos atentatorios contra la integridad física, moral y psicológica de la mujer, el niño y el anciano; coordinando la atención de casos

concretos, con las instituciones públicas y privadas que están relacionadas con la problemática del sector.

- j) Elaborar estudios bio-psicosociales a requerimiento de las diferentes instancias institucionales.
- k) Encauzar, elaborar estudios y efectuar seguimiento, sobre los trámites de adopción nacional e internacional.
- l) Coordinar la defensa de los niños y niñas, en situación de víctimas e infractores, mediante la defensoría de la niñez y adolescencia y/o servicios legales integrados.
- m) Promover la creación de centros de actividades múltiples, para las personas de la tercera edad.
- n) Coordinar la promoción de centros de recreación y formación, para la juventud y adolescencia.
- o) Velar por la permanencia de los niños, niñas y adolescentes trabajadores, en el proceso educativo.
- p) Promover y ejecutar proyectos y programas de género, generacionales, familia y servicios sociales.
- q) Promover y ejecutar proyectos y programas que favorezcan a los sectores sociales no institucionalizados pro estructuras formales del Poder Ejecutivo.
- r) Registrar y acreditar a las instituciones públicas y privadas de servicio social, en el ámbito departamental.

- s) Ejercer las demás atribuciones que permitan el cumplimiento eficiente de los objetivos del Servicio.<sup>5</sup>

#### Prioridades de trabajo.

Cuales son las prioridades de trabajo del SEDEGES, esto para obtener información directa y específica para la difusión se hace importante y tenemos dos tipos de servicio que ofrece el Servicio Departamental de Gestión Social, uno interno y el otro externo. Para lo mismo utilizaremos toda la información obtenida.

Pero también no debemos olvidar que el SEDEGES ofrece sus servicios en la ciudad de La Paz, sino también en la Ciudad de El Alto, ya que es ahí donde también se encuentra la población más desprotegida y la cual debe tener absoluto conocimiento de que es el SEDEGES.

#### Marco Legal del SEDEGES.

El Servicio Departamental de Gestión Social (SEDEGES), desarrolla sus actividades en el marco de las siguientes disposiciones legales, hasta que cuente con su propio estatuto orgánico:

1. La Constitución Política del Estado
2. La Declaración Universal de Derechos Humanos.
3. La Convención Internacional sobre los Derechos del Niño y otras disposiciones legales.
4. Ley N° 1178 de Administración y Control Gubernamental, sus sistemas y normas básicas.

---

<sup>5</sup> D.S. N° 25287, Capítulo II.

5. Ley N° 1654 de 28 de julio de 1995 (Ley de Descentralización Administrativa y sus Reglamentos).
6. Ley N° 1551 de 20 de abril de 1994 (Ley de Participación Popular) y sus Reglamentos.
7. Ley N° 1702 de Modificaciones y Ampliaciones a la Ley 1551 de Participación Popular, de 17 de julio de 1996.
8. D.S. Reglamentario No. 24447 (Ejecución de la Ley 1702 de 20 de diciembre de 1996).
9. Ley N° 2026 del Código Niño, Niña y Adolescente, de 27 de octubre de 1999.
10. D.S. N° 26086 Reglamento del Código del Niño, Niña, Adolescente de 23 de febrero de 2001.
11. Ley N° 2028 de Municipalidades.
12. Ley N° 1788 de 16 de septiembre de 1997, Ley de Organización del Poder Ejecutivo (LOPE) y sus Reglamentos.
13. Ley N° 2616 de 18 de diciembre de 2003, Modificaciones a la Ley de Registro Civil.
14. DECRETO SUPREMO N° 25287.
15. Ley N° 1403 de 18 de diciembre de 1992 (Código del Menor).
16. Decreto Supremo N° 25060 de 2 de junio de 1998.

## Estructura Organizacional del SEDEGES

Se divide en Unidades y Areas, a la cabeza de la dirección.

Es la siguiente:

§ Dirección Técnica. Es el nivel superior.

§ Relaciones Públicas y Comunicación. Nivel de apoyo directo a la dirección.

§ Planificación y coordinación. Nivel de apoyo directo a la dirección.

§ Unidad Jurídica; Unidad de Asistencia Social y Familia; Unidad Administrativa Financiera; Unidad de Género Generacionales y Servicios Sociales; Unidad de la Persona con Discapacidad; Unidad Programa PAN. Nivel Ejecutivo Operativo.

§ Area Biosicosocial La Paz; área Biosicosocial El Alto; área Equipo Multidisciplinario. Area Contabilidad; área Recursos Humanos; área informática; área Bienes y Servicios. Area de Género; área Generacional y servicios sociales. Área Operativa Programa PAN. Nivel Operativo.

§ Hogares, Centros e Institutos. Nivel desconcentrado.

En el transcurso del año, la estructura orgánica del SEDEGES, tuvo algunas modificaciones y cambios constantes para obtener una mejor administración del Servicio Departamental de Gestión Social (SEDEGES), por lo que en la siguiente página tenemos el organigrama que se encuentra en vigencia.

Estructura Orgánica del Servicio Departamental de Gestión Social (SEDEGES).

El siguiente organigrama, nos ayudará a estudiar los puntos clave que nos servirán como referencia para obtener la información necesaria, el mismo nos indicara qué, quiénes, cómo, dónde y cuándo

Organigrama del SEDEGES



## REGIONAL CIUDAD DE EL ALTO SEDEGES:

El Servicio Departamental de Gestión Social El Alto, fue creado en el año 1989, por entonces con la razón social de Dirección Regional del Menor, funcionando esta en los ambientes del Proyecto Kantuta el mismo que se encuentra ubicado en la zona 12 de Octubre, calle Raúl Salmón N° 100 Ceja de El Alto.

Mediante D.S. 25060 se constituye los Servicios Departamentales de Gestión Social (SEDEGES), instancia de la Prefectura del Departamento de La Paz, de acuerdo a Ley de Descentralización Administrativa, a partir del 30 de enero de 1999 Gestión Social El Alto llegó a funcionar en las oficinas de Villa Los Andes, posteriormente en el mes de octubre de 2002 las oficinas se trasladaron a la Prefectura de la ciudad de El Alto, donde actualmente funciona la Coordinación de SEDEGES - El Alto.

## OBJETIVOS REGIONAL SEDEGES EL ALTO

- Brindar un sistema de protección y atención a Niños, Niñas, Adolescentes, Mujeres y Adultos Mayores.
- Establecer prioridades regionales con relación a Niños, Niñas, Adolescentes y promover la ejecución de planes y programas integrales para su atención en el marco de políticas y normas sociales.
- Coordinar con la respectiva jurisdicción la defensa de los Niños, Niñas, Adolescentes, Mujeres y Adultos Mayores.

## POBLACIÓN

La población que atiende el Servicio Departamental de Gestión Social El Alto es: Niños, Niñas, Adolescentes, Jóvenes y Adultos Mayores.

## CARACTERÍSTICAS

- Familias de bajos recursos económicos
- Familias provenientes de las provincias
- Niños, Niñas, Adolescentes de hogares privados (ONGs), cuando se realiza supervisiones a Hogares de la Ciudad de El Alto.

Es un Servicio Desconcentrado que depende de la Unidad Técnica de Asistencia Social y Familia y ésta a su vez depende del Servicio Departamental de Gestión Social, de la Prefectura del Departamento de La Paz.

Promueve la ejecución de Programas de Atención Mujer, Niño, Niña, Adolescente y Adulto Mayor, para consolidar la integración Física, Psicológica de la población.

Realiza: Estudios Bio – Psico – Sociales, Intervienen en el Estudio; Psicológico, Médico, Trabajo Social, Jurídico (Área Legal).<sup>6</sup>

---

<sup>6</sup> Documentos SEDEGES El Alto.

## SERVICIOS QUE OFRECE EL SEDEGES A NIVEL INTERNO Y EXTERNO.

Servicios a Nivel Interno:

El Servicio Departamental de Gestión Social (SEDEGES), los servicios que ofrece a nivel interno general son los siguientes:

§ El Servicio Departamental de Gestión Social (SEDEGES), atiende 14 Centros, Hogares e Institutos entre estos tenemos a:

- HOGAR VIRGEN DE FÁTIMA, atiende a niños, niñas con problemas de extravío, abandono, orfandad, maltrato, con edades que oscilan de 0 a 6 años de edad.
- HOGAR JOSÉ SORIA EX - MIXTO LA PAZ, atiende a una población transitoriamente de niños, niñas de 6 a 12 años de edad, con problemas de extravío, abandono, orfandad, maltrato, irresponsabilidad paterna y materna, remitidos por las defensorías, permaneciendo en el hogar mientras solucionen sus problemas.
- HOGAR MARIA ESTHER QUEVEDO, atiende a una población de adultas mayores (sexo femenino), por problemas de extravío, abandono o maltrato, con edades mayores de 65 años, brindándoles mejorara su calidad de vida. Atención interna y externa.
- HOGAR AGROPERCUARIO YANACACHI, atiende a una población de adolescentes con residencia interna, y con problemas en situación de

abandono, total o parcial, con recursos económicos muy bajos, en riesgo y maltrato, con edades de 7 a 14 años.

- HOGAR GRANJA KALLUTACA, atiende a una población de jóvenes, adultos (ambos sexos), con problemas de discapacidad mental leve, moderado y profundo, con residencia interna.
  
- INSTITUTO DE ADAPTACIÓN INFANTIL (IDAI), atiende a una población de niños, niñas y adolescentes con discapacidad mental leve, moderado y profundo, con residencia interna y externa a nivel de consulta, valoración interdisciplinaria.
  
- INSTITUTO DE REHABILITACIÓN INFANTIL (IRI), atiende a una población de niños, niñas y adolescentes con discapacidad física, con residencia interna y externa a nivel de consulta, valoración interdisciplinaria.
  
- INSTITUTO ERICK BOULTER, atiende a una población de niños, niñas, adolescentes y jóvenes con discapacidad sensorial auditiva y/o problemas de lenguaje, con residencia interna y externa, a través de una atención integral biopsicosocial y educativo, desarrollando al máximo sus potencialidades para su rehabilitación e integración socio-laboral, ejerciendo su derecho ciudadano con participación de la familia y la comunidad.
  
- CENTRO DE EDUCACIÓN INTEGRAL FÉLIX MÉNDEZ ARCOS (CEIFMA), atiende a una población residente de adolescentes y Jóvenes de 14 a 20 años de edad, en situación de abandono total o parcial, maltrato; provenientes de familias en situación crítica en municipios y comunidades cantones del departamento de La Paz, verificándose a través de una investigación social y familiar.

- CENTRO DE ADULTOS MAYORES ROSAURA CAMPOS, atiende a Adultos Mayores de 65 años externos en grupos de ambos sexos.
  - CENTRO DE CUSTODIA VILLA VICTORIA, atiende en forma integral a una población de mujeres internas Adultas Mayores de 18 años adelante, con retardo mental leve, moderado y profundo, mejorando su calidad de vida, dentro el grupo familiar y la sociedad, cuyo ingreso es previa valoración psiquiátrica y médica.
  - CENTRO DE DIAGNÓSTICO TERAPIS MUJERES, atiende a una población de Adolescentes de sexo femenino en conflicto con la Ley, de 12 a 16 años de edad. Aplicando las políticas y normas emitidas por el órgano competente, velando que las mismas sean cumplidas fielmente para lograr la atención integral, reflexión, recreación, promoviendo la recuperación de valores, cultura de necesidad, derechos y obligaciones de las Adolescentes para una reeducación integral.
  - CENTRO DE DIAGNÓSTICO TERAPIA VARONES, atiende a una población de adolescentes varones en conflicto con la Ley, de 12 a 18 años de edad, posibilitando la reinserción social, familiar y/o laboral, a través de programas educativos, psicológicos, sociales y de salud.
- § Así mismo, administra los proyectos CAMS, Aula Libre, CRAINAJ y PENNT.
- CAMS VILLA NUEVO POTOSI, proyecto abierto, que brinda un espacio alternativo de reunión, por problemáticas de maltrato, abandono, despojo,

marginación. Fomentando la capacidad productiva y autoestima de los adultos mayores de 60 años.

- CAMS QUEVEDO EXTERNO, proyecto abierto que brinda espacios alternativos de reunión, fomentando la capacidad productiva y autoestima de los adultos mayores de 60 años, brindándoles espacios de bienestar, manteniéndoles en contacto con su entorno familiar y la comunidad, logrando su participación, reflexión, solidaridad y terapia ocupacional, respetando sus costumbres y valores culturales de su origen.
- CAMS LOS ANDES, proyecto abierto que brinda espacios alternativos de reunión, fomentando la capacidad productiva y autoestima de los adultos mayores de 60 años, brindándoles espacios de bienestar, manteniéndoles en contacto con su entorno familiar y la comunidad, logrando su participación, reflexión, solidaridad y terapia ocupacional, respetando y rescatando sus costumbres y valores culturales de su origen.
- AULA LIBRE PARTICIPATIVA (ALP), proyecto que pretende satisfacer, necesidades educativas y de aprendizaje de los Niños, adolescentes y Jóvenes trabajadores (NAJTs), y Niños, Adolescentes de la Calle, del nivel básico primario, que se encuentran en situación de riesgo social, debido a que el mayor tiempo de su accionar están en la calle. para luego brindarles una educación alternativa creativa acorde a sus necesidades, atendiendo prioritariamente el derecho a la educación de los grupos en situación desfavorable, en el marco de la Ley de Reforma Educativa. Acentuando el desarrollo humano como sujetos sociales y de derecho.
- CENTRO DE RECREACIÓN Y ATENCIÓN INTEGRAL AL NIÑO, NIÑA, ADOLESCENTE Y JÓVEN (CRAINAJ) Río Seco, proyecto que brinda atención al

Niño, Niña, Adolescente y Joven de bajos recursos económicos de la ciudad de El Alto, generando espacios para la realización de actividades educacionales recreativas de formación integral, las mismas que coadyuvan en su desarrollo, formación personal y prevención del alcoholismo y el tráfico de estupefacientes.

- CENTRO DE RECREACIÓN Y ATENCIÓN AL NIÑO, NIÑA, ADOLESCENTE Y JOVEN (CRAINAJ) Ciudad Satélite, proyecto que brinda atención al Niño, Niña, Adolescente y Joven de bajos recursos económicos de la ciudad de El Alto, generando espacios para la realización de actividades educacionales recreativas de formación integral, las mismas que coadyuvan en su desarrollo, formación personal y prevención del alcoholismo y el tráfico de estupefacientes.
  
- PROGRAMA DE ESCOLARIZACIÓN PARA NIÑOS, NIÑAS TRABAJADORES (PENNT), dirigido a prestar apoyo pedagógico, psicosocial, alimentación complementaria, suministro de vitaminas y salud, apoyo pedagógico para su nivelación, provisión de útiles escolares a niños, niñas trabajadoras escolarizadas, comprendidos entre los 7 a 14 años de edad, de las ciudades de La Paz y El Alto. El objetivo de este programa lograr la prevención del trabajo infantil, abandono de familia y mejora en el rendimiento escolar.

§ Instituciones delegada y por convenio.

§ Regional ciudad de El Alto SEDEGES, promueve la ejecución de Programas de Atención Mujer, Niño, Niña, Adolescente y Adulto Mayor, para consolidar la integración Física, Psicológica de la población.

## Servicios a Nivel Externo:

- § Asesoramiento jurídico en materia familiar.
- § Encauzar, elaborar estudios y efectuar seguimiento, sobre tramites de adopción nacional e internacional.
- § Coordinar la defensa de los niños, niñas, adolescentes, jóvenes, mujer y adulto mayor.
- § Orientación en temas de materia familiar.
- § Publicación de niños, niñas extraviados en las papeletas de ELECTROPAZ.
- § Otorgar educación alternativa a niños, niñas, adolescentes y jóvenes.
- § Brindar apoyo temporal a personas de la calle.
- § Desarrollo de actividades de información, educación y comunicación (IEC). Incentivando la participación activa de la comunidad.
- § Acreditación de Centros Infantiles

## UNIDAD DE RELACIONES PÚBLICAS Y COMUNICACIÓN

La unidad de Relaciones Publicas y Comunicación, es la indicada y encargada de la difusión del Servicio Departamental de Gestión Social, por lo mencionado es importante conocer su Reglamento Interno.

### REGLAMENTO INTERNO RELACIONES PUBLICAS Y COMUNICACIÓN SEDEGES

#### OBJETIVO:

Proyectar una buena imagen del Servicio Departamental de Gestión Social, hacia las instituciones públicas, privadas y ciudadanía en general, mediante la difusión

del trabajo que realiza el servicio, a través de los Centros, Hogares e Institutos, en beneficio del Departamento de La Paz.

#### FUNCIONES:

1. Brindar apoyo informativo a la Dirección Técnica del SEDEGES, a través de la recolección, redacción y transmisión de información.
2. Difundir políticas y estrategias comunicacionales de la imagen Institucional del Servicio Departamental de Gestión Social (SEDEGES), ante la opinión pública para sensibilizarla acorde a la misión y objetivos institucionales.
3. Elaborar boletines informativos, anuarios y otras actividades de la institución para ser difundidos en los medios de comunicación.
4. Coordinar y supervisar la información generada en las Unidades, Centros, Hogares e Institutos, Programas y Proyectos dependientes del SEDEGES.
5. Gestionar donaciones, y recolección de las mismas.
6. Evaluar información diaria de prensa para responder de acuerdo a la política comunicacional del SEDEGES.
7. Mantener relaciones permanentes con los medios de comunicación, con la finalidad de difundir las acciones y actividades que lleva adelante la institución.

8. Coordinar y ejecutar campañas sociales como día del niño, acogida de invierno, día de la madre, adultos mayores y otros.
9. Brindar cobertura de prensa en todas las actividades relevantes de la Dirección Técnica y de las Unidades, Centros, Hogares e Institutos, especialmente cuando se trate de entrevistas, inauguraciones, obras sociales y otros.
10. Preparar trípticos, bípticos de campañas de promoción, prevención, protección y defensa socio-jurídico y otros.
11. Envío de documentos y fotografías de niños y niñas extraviados a ELECTROPAZ para su correspondiente publicación.
12. Actualización de información de la página WEB.

Edición de imágenes para el microprogramas. Elaboración de boletines informativos del SEDEGES, uno por día, que son presentados al departamento de producción y prensa.<sup>7</sup>

Que políticas y estrategias tiene:

La recolección de información y experiencias en cuanto a las estrategias que utiliza el Servicio Departamental de Gestión Social (SEDEGES) en estos últimos meses son muy escasas y las cuales serán desechadas a corto plazo.

---

<sup>7</sup> Documentos Unidad Relaciones Publicas y Comunicación. SEDEGES.

Se ha observado que los medios que utiliza el Servicio Departamental de Gestión Social, son muy escasas por los bajos recursos que percibe el SEDEGES, pero también los medios y técnicas utilizadas, recientemente se entregó actualizada la página web de la institución, pero la misma queda a la intemperie debido a que solo es de conocimiento interno y no externo, la misma debió ser difundida para el conocimiento de estudiantes y público en general ya que no se realizó promoción alguna para su conocimiento.

También se cuenta con poca difusión del SEDEGES en cuanto a los servicios que la misma presta a nivel interno y externo. Por lo mismo en nuestro tercer marco daremos a conocer algunas de las técnicas y estrategias que deben ser utilizadas para la difusión del Servicio Departamental de Gestión Social (SEDEGES). Teniendo en cuenta que el factor económico es muy importante en esta institución, ya que muchas de las actividades giran alrededor de donaciones.

Las donaciones que son de vital importancia del SEDEGES, ya que con las mismas toda actividad puede ser realizada con éxito, esta relación de institución y donador debe mantenerse a largo plazo, por lo que debemos buscar técnicas y estrategias recíprocas que aseguren dichas donaciones en el transcurso del tiempo y a largo plazo.

### 2.3. IDENTIFICAR ASOCIACIONES, sociales, culturales y políticas.

Identificar algunas de las asociaciones como por ejemplo las sociales, culturales y políticas que puedan ayudarnos a conseguir nuestro propósito, el apoyo, la colaboración son fundamentales para conseguir, nuestros objetivos y realizar nuestras actividades, pero no solo la colaboración sino también buscar mecanismos de reciprocidad como lo habíamos indicado en nuestro anterior

párrafo, la colaboración mutua es importante para quienes nos ayudan la misma mantendrá a largo plazo la relación con nuestro público externo.

Son muchas las organizaciones con las cuales se interrelaciona el Servicio Departamental de Gestión Social (SEDEGES), para poder dar viabilidad al trabajo que realiza la institución.

Tenemos a Empresas Privadas, ONGs, Colegios y Sociedad Civil.

## 2.4. IDENTIFICACIÓN DE ESTRATEGIAS POLÍTICAS.

§ Información de primera mano.

§ Información para nuestro público interno y para el público externo, acerca de los servicios que ofrece el SEDEGES.

§ Coordinación de estrategias y técnicas para la difusión.

§ Radial

§ Escrito

§ Televisivo

§ Desarrollando actividades

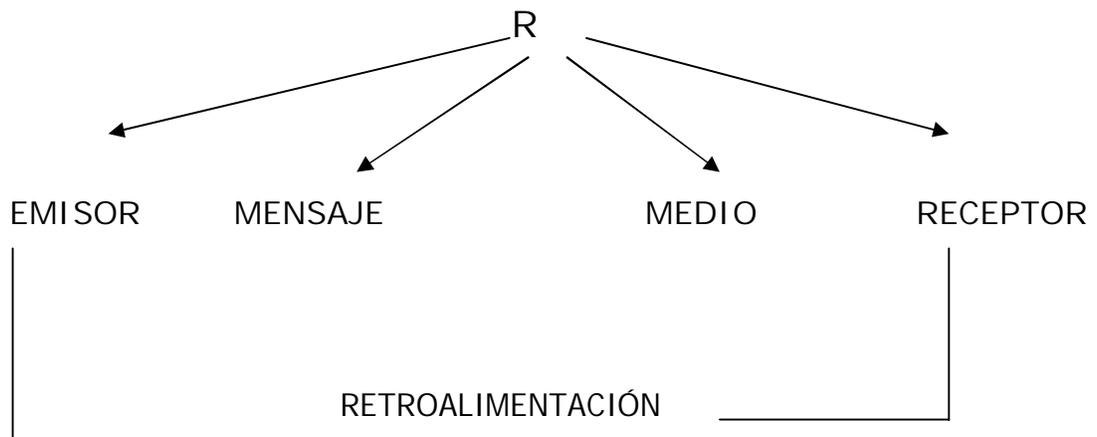
§ Tecnológico.

Todo lo descrito será desarrollado y como sugerencia deberá entrar dentro del Programa Operativo Anual, para su descargo económico.

## 3. MARCO PRACTICO

a) Contexto de la realidad.

Para obtener buenos resultados en el receptor se realizó el siguiente análisis desde el contexto de la realidad. Para esto realizamos un análisis desde el siguiente cuadro (1):



Para analizar nuestro contexto de realidad debemos identificar a cada uno de ellos: (1). El Emisor, este se encuentra identificado por el Servicio Departamental de Gestión Social (SEDEGES), pro medio de la Unidad de Relaciones Publicas y Comunicación, el mismo emitirá mensajes (información), es decir, los contenidos del SEDEGES, por un medio o varios medios de comunicación televisivos, radiales y escritos, información que deberá llegar a nuestro receptor, que lo encontramos identificado como nuestro público interno y público externo; por medio de este proceso realizado veremos los medios , técnicas que serán utilizados para la difusión del SEDEGES.

Al ser una institución social se requiere del apoyo de la misma sociedad y de otras instituciones, por lo mencionado se hace importante que la misma conozca nuestra institución para obtener el apoyo necesario, y lograr persuadir a la misma para mantener el apoyo.

La estrategia política para la difusión del Servicio Departamental de Gestión Social (SEDEGES), como ya habíamos mencionado las relaciones públicas se hacen importantes para persuadir, por haber contribuido significativamente a las

instituciones del Estado y de la empresa privada. Las relaciones públicas se encuentran ligadas al campo empresarial y la misma forma parte de la comunicación social, es por este motivo que damos la responsabilidad del presente proyecto a la Unidad de Relaciones Públicas y Comunicación. Y de la misma manera teniendo cada una cualidades diferentes las técnicas para cada una será distinta.

Las estrategias que pondremos a consideración debemos verlas desde las relaciones públicas entendidas desde una política sistemática de un individuo o de una organización pública o privada y su puesta en marcha para mejorar sus relaciones con sus diferentes públicos, para hacer una mejor comprensión de su actividad y suscitar alrededor de ella un espíritu de confianza y de simpatía; para empezar debemos considerar las siguientes técnicas:

- § Debe existir un individuo o una organización que cumple la función de emisor, que en este caso será la unidad de Relaciones Públicas y Comunicación.
- § Debe existir una política permanente y sistemática, cuya definición es siempre una función de dirección.
- § Entre el individuo o la organización y el público existirá siempre una relación de dependencia recíproca o de interés común.
- § Se debe crear un clima de simpatía y comprensión (relaciones de confianza).
- § Deben ponerse en marcha acciones como resultado de la información obtenida de los fenómenos de opinión.

§ Y, por último, un control de resultados y medidas correctivas.

Todo ello no lleva a la conclusión de que hacer relaciones públicas es conseguir relaciones de confianza para la institución. Ya que las relaciones públicas han de procurar vender a la institución, potenciando su fama, su prestigio y su popularidad fundamentalmente.

b) Estrategia comunicacional.

Para realizar una estrategia comunicacional, aplicaremos el siguiente cuadro (2):

FILOSOFIA COMUNICACIONAL	POLÍTICA COMUNICACIONAL	ESTRATEGIA INSTITUCIONAL
§ Prefectura	objetivos a largo plazo	coyuntura SEDEGES
	Publico interno y externo	

Cuadro.(2). Para la realización de Estrategias comunicacionales, debemos realizar un estudio por medio del cuadro (2), el mismo es utilizado en estrategias de comunicación. De esta manera identificaremos como establecer estrategias políticas de comunicación, para conseguir nuestro objetivo.<sup>8</sup>

Se hace evidente que lo primero que se debe dar a conocer es el nombre de la institución, pero hay que conseguir que también conozcan, a las personas que administran la misma las cuales hacen posible conocer cuales son sus afanes de servicio, sus dificultades y esperanzas, sus logros y el porqué de sus posibles fracasos.

---

<sup>8</sup> GOUSTAR, Teran Manfred. "Política de las Relaciones Publicas" pg. 40

Entre las posibles acciones de la Unidad de Relaciones Públicas, pero debemos admitir que sería absurdo pretender que una campaña de relaciones públicas y comunicación puedan lograr sus objetivos, si en el interior de la institución no existe buena voluntad, espíritu de cooperación, fidelidad, lealtad y hasta orgullo de pertenecer a la institución en la que se trabaja.

Las relaciones públicas pueden mejorar el entendimiento entre una organización y todos aquellos con quienes se ha de poner en contacto, lo mismo ayuda a la presentación de la imagen pública de una organización o persona en particular.

Las relaciones públicas son de vital importancia para la institución, debido a que la misma debe ser fuerte, para manejar a nuestro público potencial (empresas). El trabajo de un relacionador público es de vital importancia para conseguir el éxito en las actividades, quizás algunas de las que mencionaremos son conocidas pero las indicamos, ya que debe ser claro el trabajo que se realiza en relaciones públicas, debe considerarse en el mismo ciertas cualidades necesarias:

- § Abundante sentido común.
- § Buen criterio y objetividad.
- § Capacidad ilimitada.
- § Curiosidad muy despierta.
- § Comprensión y sentido del humor.
- § Fuerte personalidad.
- § Disposición para trabajar muchas horas.
- § Voz agradable.
- § Facilidad para hablar en público.
- § Soportar incomodidades.

## § Imaginación.

El trabajo de las relaciones públicas en su sentido más alto, como una de las tareas más progresistas e importantes de nuestro tiempo. Si son adecuadamente dirigidas constituyen una labor que requiere no solamente tanta capacidad de organización como administración honrada sino que exige, asimismo, una sagacidad especial y una capacidad bien probada para entenderse y trabajar bajo presión.<sup>9</sup>

El manejo de las relaciones públicas puede tener un carácter ofensivo, preventivo o defensivo, en nuestro caso tendrá un carácter ofensivo, este tipo de relaciones públicas utilizan como arma fundamental a la publicidad y se utiliza cuando una institución quiere incrementar su popularidad, su imagen o finalmente darse a conocer.

La imagen de nuestra institución es uno de los objetivos más importantes que busca las relaciones públicas.

El proyectar la mejor imagen posible hacia diferentes públicos, es una tarea en la que están involucrados todos los miembros de una institución.

La formación de la imagen institucional parte de una constante difusión de las cualidades que nuestra institución atribuye a sus servicios. Estas acciones se realizan a través de los medios de comunicación, mediante campañas publicitarias que están destinadas a convencer sobre los servicios que ofrece el SEDEGES. Además debe existir un programa de relaciones públicas internas destinado a lograr que los empleados se identifiquen con la institución. Las relaciones públicas

---

<sup>9</sup> GOUSTAR, Teran Manfred. "Política de las Relaciones Públicas". Pg 45

con los empleados, deben ser llevadas de una forma organizada y planificada con la finalidad de que se identifiquen desde el principio con la entidad.

También para lograr un buen manejo y reflejar el mismo, fuera de la institución se crean algunas necesidades psicológicas:

§ Necesidad de seguridad, una institución debe garantizar a sus empleados estabilidad laboral mientras su desempeño sea eficiente, o mientras concluya la actividad que viene realizando.

§ Necesidad de desarrollo y mejoramiento, cada cierto tiempo los empleados deben ser capacitados y promovidos dentro de la estructura institucional, en este punto no considero que exista ausencia de cursos, ya que la prefectura se encuentra constantemente aplicando cursos de capacitación y otros.

§ Necesidad de pertenencia al grupo, la institución esta obligada a fomentar el trabajo individual y en equipo e inculcar a sus empleados el cumplimiento de sus objetivos; el enviar y reconocer el trabajo de un empleado es de vital importancia para incentivar al mismo y a otros.<sup>10</sup>

Mencionamos las mismas, ya que en el Servicio Departamental de Gestión Social se carece de esta necesidad, y por lo tanto el trabajo es discontinuado, obteniendo bajos resultados; el ofrecer seguridad asegura también un trabajo eficiente.

Es importante que todos los empleados estén informados acerca de los servicios que ofrece la institución, pero aun más importante es que todas las

---

<sup>10</sup> GUTIÉRREZ, Siles Fernando, "Lo que todos debemos saber RRPP", Pg. 18

unidades pasen información a la Unidad de Relaciones Públicas y Comunicación, esto puede ser hecho mediante:

§ Comunicación escrita o difundida.

Las relaciones públicas con las empresas y organizaciones que nos apoyan en todo lo que necesita la institución para realizar sus actividades deben ser bien encaminadas, estas relaciones deben ser de especial atención. Recomendamos algunas prácticas :

- § Dar preferencia a las empresas que nos cooperan siempre que ellas lo requieren.
- § Buscar reciprocidad para asegurar el apoyo de las empresas.
- § Recordar hacerse presente con un presente en las fechas aniversarias de las empresas y una carta de agradecimiento por la colaboración, al finalizar el año y firmada por la máxima autoridad, esto para mantener las buenas relaciones con nuestras empresas.
- § Felicitar y poner de manifiesto la satisfacción de la institución.

Dentro del ejercicio de las relaciones públicas con las empresas y organizaciones sociales, también se deben tomar en cuenta los siguientes principios:

- § El cliente que en nuestro caso son las empresas, son los más importantes y se debe buscar mecanismos de retribución.
- § Recordemos que las empresas no dependen de nosotros, nosotros dependemos de ellas.
- § Las empresas no son con quienes debemos tener disputas de cualquier índole.

§ El responsable de relaciones públicas debe tener libre acceso a cualquier departamento sospechoso de causar deficientes relaciones con nuestros objetivos.

§ Las empresas al proporcionarnos los insumos necesarios para realizar nuestras actividades, deben ser reconocidas de alguna manera, y para ellas lo más importante es ganar clientes por medio de propagandas, no debemos olvidar el agradecer públicamente la colaboración de las mismas e incentivar al público en general a consumir sus productos.

La Unidad de Relaciones Públicas y Comunicación del SEDEGES no cuenta solamente con un Relacionista Público, sino también con comunicadores sociales, y de igual manera la difusión del SEDEGES, es de total incumbencia de la misma. Los medios de difusión periodística son los mejores aliados de las relaciones públicas de cualquier institución; en consecuencia es con ellos con quienes se debe mantener excelentes relaciones.

Los medios de comunicación ejercen influencia en la opinión pública, una publicación puede favorecer o perjudicar la imagen de nuestra institución.

En el trato con este grupo se debe hacer gala de un alto sentido diplomático.

Entre muchas manifestaciones de las relaciones públicas para con este sector tenemos:

- a) facilitar el trabajo de los periodistas mediante el envío de boletines informativos.
- b) Suministrar a los medios de comunicación amplia documentación sobre la institución.

- c) Envío de felicitaciones a los medios de comunicación.
- d) Dar acceso a los archivos de relaciones públicas de la institución y facilitar todo tipo de información.

Tomar en cuenta cada una de estos principios hasta aquí mencionados, nos ayudará a llevar una relación mas cordial y duradera con las empresas y organizaciones sociales que nos colaboran, así mismo, mas adelante conoceremos las técnicas y estrategias para difundir al SEDEGES, siempre y cuando las relaciones públicas sean adecuadas y consideradas en todos sus principios como primer paso para luego reflejar la buena imagen de la institución.

#### c) Identificación de posibles mensajes

Poner énfasis en posesionar el eslogan por el cual el Servicio Departamental de Gestión Social (SEDEGES), el mismo deberá reflejar su imagen, es de vital importancia, debido a que el mismo debe identificarse con la institución y reflejar al mismo tiempo la necesidad de nuestra institución. Por lo dicho sugerimos los siguientes eslóganes que pueden ser utilizados durante la difusión del SEDEGES:

§ "Servir con dignidad " como en derecho de la sociedad respecto del SEDEGES.

§ El SEDEGES un emblema de la sociedad.

Lo que se quiere es encontrar un eslogan para el SEDEGES, ya que de esta manera pueda ser reconocido y difundido.

#### d) Producción, Reproducción y Difusión

Para producir, reproducir y difundir materiales de comunicación interpersonal, grupal y masiva que transmitan mensajes correctos y concretos, culturalmente aceptados, oportunos y suficientes que se adecuen a los públicos primarios y secundarios.

Los materiales serán producidos siguiendo un estricto proceso metodológico que asegura la eficiencia de los mismos.

#### e) Coordinación

Un desafío como el que pretendemos encarar, requiere mancomunar esfuerzos de los diferentes actores y sectores involucrados en lograr la meta de mejorar los servicios y la información que debe ser transmitida al público, como también socializar aun más el trabajo del SEDEGES para obtener resultados en cuanto a la imagen que este debe tener.

#### f) Estrategia de Mensaje

Se utilizan mensajes predominante positivos y propositivos.

Se evitara usar mensajes instructivos, fundamentalmente en los medios masivos de comunicación.

Se utilizan mensajes específicos para cada público. Se evitara la estandarización de los mensajes, mas de los contenidos.

Con el propósito de lograr una mayor eficiencia, los mensajes se complementaran con idiomas como el aymará, fundamentalmente en radio.

Sé pondrá énfasis en posesionar el eslogan "servir con dignidad " o "El SEDEGES un emblema de la sociedad", como en derecho de la sociedad respecto del SEDEGES.

#### IV.- CUARTA PARTE.

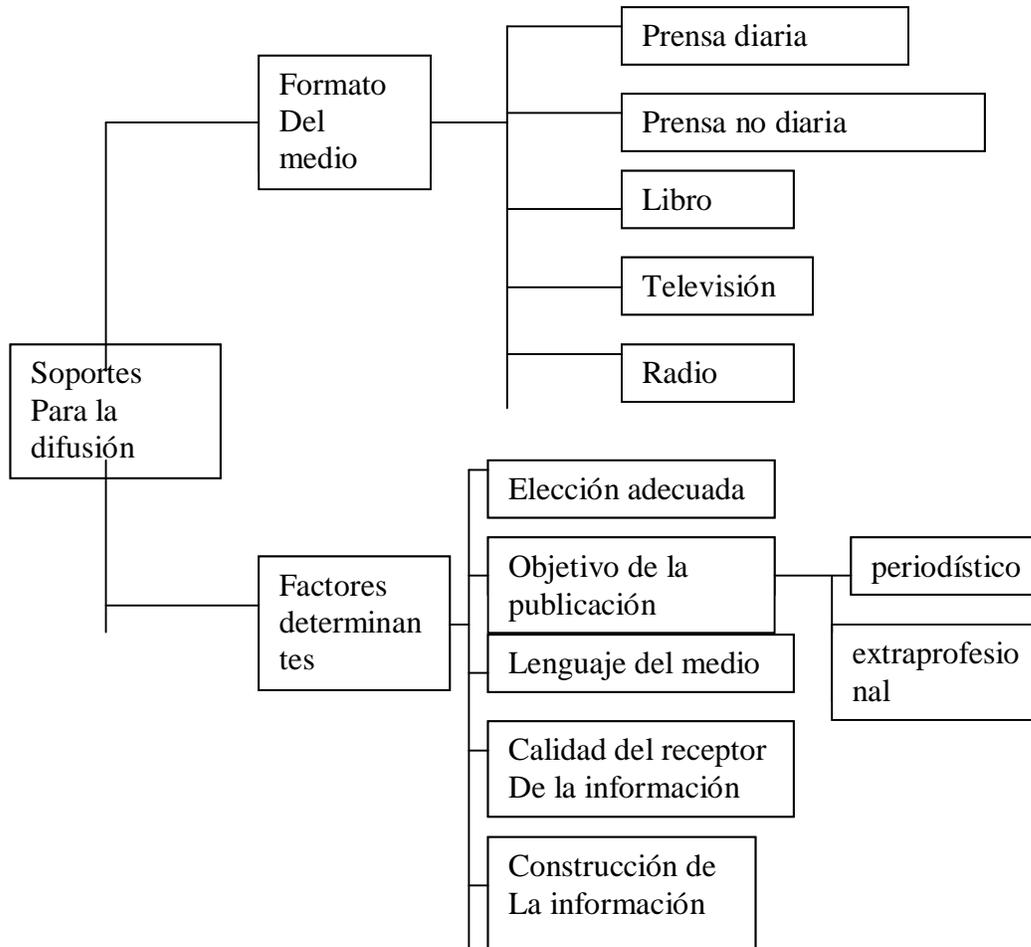
#### ESTRATEGIAS PARA LA DIFUSIÓN DEL SERVICIO DEPARTAMENTAL DE GESTION SOCIAL (SEDEGES).

La presente estrategia contempla la utilización combinada y simultanea de medios de comunicación interpersonal, grupal y masivos. El plan de medios debe responder a la particularidad socio- cultural en específico, y de las posibilidades mediáticas de cada región.

Un proyecto de difusión, por sus especiales características, ni puede publicarse en cualquier medio, ni obtiene el mismo realce en un medio que en otro, ni mucho menos aún se lo puede elaborar de una manera uniforme, para esto debemos considerar todas las técnicas que nos ayudaran a posibilitar la difusión y la misma pueda llegar a todos. Se debe considerar el factor económico de la institución por lo que se sugiere, estas técnicas y estrategias de difusión sean consideradas dentro del Programa Operativo Anual de la Unidad de Relaciones Públicas y Comunicación del SEDEGES.

Las Estrategias Políticas de Difusión para el Servicio Departamental de Gestión Social (SEDEGES), las desarrollaremos conforme vayamos avanzado cada una de ella, partiremos de un soporte informativo ideal para la institución.

Esquema 2: Soportes para la difusión.



A la hora de elegir un soporte para la difusión, hay que tener presente dos bloques de circunstancias: las derivadas del formato del medio elegido y las de los factores determinantes de cada uno de ellos.

El formato del medio condiciona absolutamente la forma que presentará el trabajo, tanto en extensión como en técnica y estructura informativa.

La elección del medio adecuado es, lógicamente, el primer determinante a considerar. Y los límites pueden proceder tanto de las características intrínsecas

del medio elegido como de la imposibilidad de poder elegir el medio que se estima adecuado a un trabajo específico.

El objetivo de la publicación será, muchas veces, un determinante de primer orden a la hora de elegir un medio u otro como soporte para la difusión de información. En este aspecto, se adquirirá diferentes estrategias elegidas que solo pretenda un objetivo, el informar pura y simplemente sobre la institución.<sup>11</sup>

La construcción de la información, la manera en que se desee presentar un conjunto de informaciones para producir un resultado global en toda la sociedad debe ser directo y sistematizado.

Si se trata de difundir un mensaje de forma rápida, éste ha de ser sencillo o lo más sencillo que se pueda dentro de sus características y peculiaridades. Que sea fácil de transmitir es equivalente a que lo hagamos desde la sencillez, tanto del lenguaje utilizado como de la forma que le demos.

La facilidad de lectura se apoya en que nuestro mensaje se estructure en pequeños tramos o párrafos, que ayudemos con marcas o títulos su contenido, que utilicemos listas o enumeraciones.

Las estrategias proporcionan marcos útiles para difundir información de la institución. La puesta en práctica de una estrategia requiere el acuerdo y la activa participación de toda una institución en nuestro caso.

EL INTERNET

---

<sup>11</sup> Rodríguez, Pepe, "Periodismo de Investigación: técnicas y estrategias". Pg. 234

Debemos recordar que el Internet es una colección de miles de millones de fuentes. Se calcula que hay mas de 10 mil millones de documentos flotando en Internet; esta es una estimación porque no se sabe con exactitud este dato.

En nuestro tiempo la era digital se ha instalado definitivamente entre nosotros, y como cada revolución tecnológica suscita miedos, alienta esperanzas, crea y genera nuevas palabras. Pero debemos utilizarla en beneficio nuestro para difundir nuestra información. Examinar críticamente las promesas que nos traen las nuevas tecnologías sin desaprovechar su potencial parece un modo prudente de adentrarse en la sociedad de la información.

En lo que sigue, me propongo revisar las actitudes más comunes ante el proceso de innovación tecnológica, planteo la exigencia de entender la revolución digital como condición necesaria para liderar el cambio e informar a la sociedad acerca de nuestra institución.

La convergencia de la escritura con los medios digitales da lugar a un nuevo modo de estructurar y acceder a la información denominado hipertexto, así como a nuevas modalidades narrativas como la información y la ficción interactiva. En buena medida hay que aprender de nuevo a leer y a escribir, a recoger y difundir información. Hoy la información tiende a construirse como espacios navegables, como redes en las que los diversos formatos (texto, audio, vídeo, gráficos, animaciones) están interconectados, abiertos a las decisiones del usuario y en muchas ocasiones a sus propios aportes.<sup>12</sup>

Internet ha provocado la disolución de las fronteras que separaban a los medios en función de su soporte y de los formatos de información. Por lo tanto se

---

<sup>12</sup> ORIHUELA, José Luis. "Sociedad de la Información y nuevos medios de Comunicación Pública. Pg. 56

hace importante dar a conocer nuestra pagina web, por medio de los medios de comunicación, para que por medio del internet puedan conocer nuestra institución, por todo lo ya mencionado.

Es de todos conocido el impacto que siempre han ejercido sobre las personas estos dos medios de difusión y como han influido en ellas. Para las Relaciones Publicas, la radio y la televisión son dos de los mas poderosos vehículos de comunicación masiva. A continuación analizaremos y propondremos como estrategias para la difusión del SEDEGES.

## LA RADIO

El utilizar el medio radial para la difusión del SEDEGES, constituye la forma más universal de comunicación masiva en el mundo. Se debe tener en cuenta los tipos de emisoras que existen ya que por medio de cuñas podría realizarse la difusión de nuestra información, tomando en cuenta el idioma, esto dependiendo de donde llega la emisión de radio y por estas en la ciudad de La Paz, y El Alto se utilizará dos tipos de difusión una en castellano y la otra en aymará, esto dependiendo del lugar como ya lo habíamos indicado anteriormente. Consideramos como segunda alternativa para nuestra difusión a la radio por estar considerada como un medio para informar y como medio de diversión de los oyentes, la radio permite al oyente llevar a cabo otras actividades mientras escuchan alguna emisora; la radio es uno de los medio más flexibles con relación al tiempo y a la clase de programación. Este posee grandes posibilidades en cuanto impacto sobre el auditorio, la misma puede desarrollar intimidad similar a la de cualquier otro medio; dado que quienes hablan no pueden ser vistos, el radio escucha debe utilizar, como ya hemos dicho, la imaginación y esto presta al mensaje un matiz íntimo o un toque personal. La facilidad de este medio, es que

se escucha en la habitación de un hogar, al coche, a la oficina, a los hospitales, a los grandes almacenes, etc. el hecho de presentar información de nuestra institución acerca de los servicios que ofrece, puede realizarse por medio de jingles y cuñas radiales.

## LA TELEVISIÓN

La televisión, es una mas de nuestras propuestas para la difusión del SEDEGES, este medio de comunicación va más lejos que la radio como medio de diversión. Su característica central es la combinación de los elementos auditivos con los visuales, pero el mensaje debe ser visual, ya que, de lo contrario, resultaría un fracaso. Por lo que se refiere al auditorio es tan flexible como la radio. Debemos tomar en cuenta que el tiempo en televisión exige de muchos recursos, por eso cualquier información que se emita tiene que ser comprimido al máximo.<sup>13</sup>

Aunque son muy escasos los programas televisivos que, en nuestro país, permiten que se difunda una información de manera gratuita, existen varias posibilidades de abrir espacios en algunos programas para la presentación de nuestra Pagina Web y de esta manera la población tenga acceso de la misma.

Veamos lo que nos proporciona cada uno de estos medios en cuanto a su facilidad y dificultad de difusión:

### LA RADIO

Exige de los oyentes hacer uso de Imaginación.

### LA TELEVISIÓN

Es el medio mas versátil y lo Último en medios de información

---

<sup>13</sup> Armendares, Enrique Pedro, "Política de las Relaciones Publicas". Pg. 263

Es uno de los medios mas flexibles con relación al tiempo y a la clase de programación.	Combina lo auditivo y visual. En los teleespectadores se aprecia falta de imaginación.
Posee gran movilidad, llegando a La habitación o cualquier lugar.	Es muy flexible, alcanza Cualquier auditorio.
El mensaje es muy fugaz.	Como instrumento de Relaciones Publicas puede alcanzar gran importancia.
Suelen existir conflictos de programación cuando una transmisión neutraliza el valor de la otra.	
Raras veces se vale de mas de 100 palabras para dar una noticia.	

Así también, debemos tomar en cuenta que el telesperctador, en general, presenta un bajo nivel de comprensión y de asimilación (en cuanto a la misma capacidad frecuente a la lectura), y eso fuerza a darle un tratamiento superficial a la información disponible, perdida que, en todo caso, puede ser compensada ppor la contundencia de la imagen, ya sea por su propio valor y/o por la fuerza añadida a través de la posproducción. Un trabajo de investigación para la televisión presenta notables dificultades técnicas por las necesidades ineludibles de imagen viva como la aplicación presentación del Internet.

Estos tres medios de comunicación son de total interés de los comunicadores sociales , los cuales lograran conseguir espacios para la difusión.

## OTROS MEDIOS

En el área correspondiente a publicaciones la creación de folletos, catálogos, prospectos, revistas, boletines internos informativos y de bienvenida, seminarios,

paneles, exposiciones, ferias, el desarrollo de actividades, manual del empleado, las mismas serán desarrolladas mas adelante.

Antes de utilizar un medio electrónico, para algunos que conocen y manejan el Internet, debemos tomar en cuenta a la gente mas humilde la cual no tiene acceso al Internet. Una persona debe saber el cómo hacer una navegación en el Internet, debido a que la mayor parte de la población a la que se coopera con el servicio del SEDEGES, carece de conocimientos avanzados para manejar el internet, por ese motivo se debe aplicar todo tipo de técnicas para informar a nuestro público.

Debemos tomar en cuenta que este tipo de medio y técnica de difusión mantiene una más estrecha vinculación con el mundo de las relaciones públicas, por lo mismo es de responsabilidad del relacionador público.

#### FOLLETOS, PROSPECTOS.

Este medio de difusión es mas practico, pero el mismo debe contener información clara y que sea de incumbencia de sociedad. Estas pueden ser presentadas de manera escrita sin ningún tipo de ilustración.

#### DESARROLLO DE ACTIVIDADES

Por medio del material como los trípticos o bípticos pueden realizarse actividades educativas, que serán desarrolladas con colegios, para que los mismos de una manera educativa puedan exponer acerca del trabajo que realiza el SEDEGES a nivel interno y así mismo, los servicio que ofrece a nivel externo. Y de esta manera, captar el interés en uno de nuestros públicos que nos apoyan con

donaciones a la institución y así mantener las relaciones de colaboración para el SEDEGES.

## BOLETIN INFORMATIVO

Muchas veces se ha tropezado con que el burócrata de turno niega información a la que el público tiene derecho a acceder; o bien, si no tiene la obligación, entonces que el público sepa que el régimen legal en su país impide conocer información relevante de interés público, es por eso que damos las siguientes propuestas de información al público e incluso al mismo servidor público.

Cada vez que una persona ingrese a la institución, los encargados del cuidado al ingreso de la institución y por medio de la Unidad de Relaciones Publicas y Comunicación entregara a esta un bíptico, tríptico, desdobable o un boletín con información sobre los antecedentes de la institución y sobre los servicios que ofrece a nivel interno y sobretodo externo.

El boletín debe ser redactado adecuadamente haciendo gala del poder de síntesis, además de apoyar el texto con algunas fotografías y otros gráficos según la circunstancia. Su distribución debe ser gratuita y periódica.

## BOLETIN DE BIENVENIDA

Otras de las técnicas para mantener informados a todos los empleados acerca de los servicios en general que ofrece la institución será por medio de boletines de bienvenida, los cuales son muy utilizados en empresas.

El boletín informativo es una especie de revista que incluye información sobre el trabajo específico que desempeña cada unidad, recomendamos el mismo, debido a que algunos de los empleados desconocen el trabajo o servicio que ofrece cada unidad. Aunque este boletín puede ser también utilizado para la difusión con las empresas con las cuales nos relacionamos.

Este boletín se entrega solamente a cada nuevo empleado, y si una empresa contrata 3, 6 ó 10, cada uno de contar con un boletín propio.

El boletín de bienvenida debe estar dividido en cinco secciones que son:

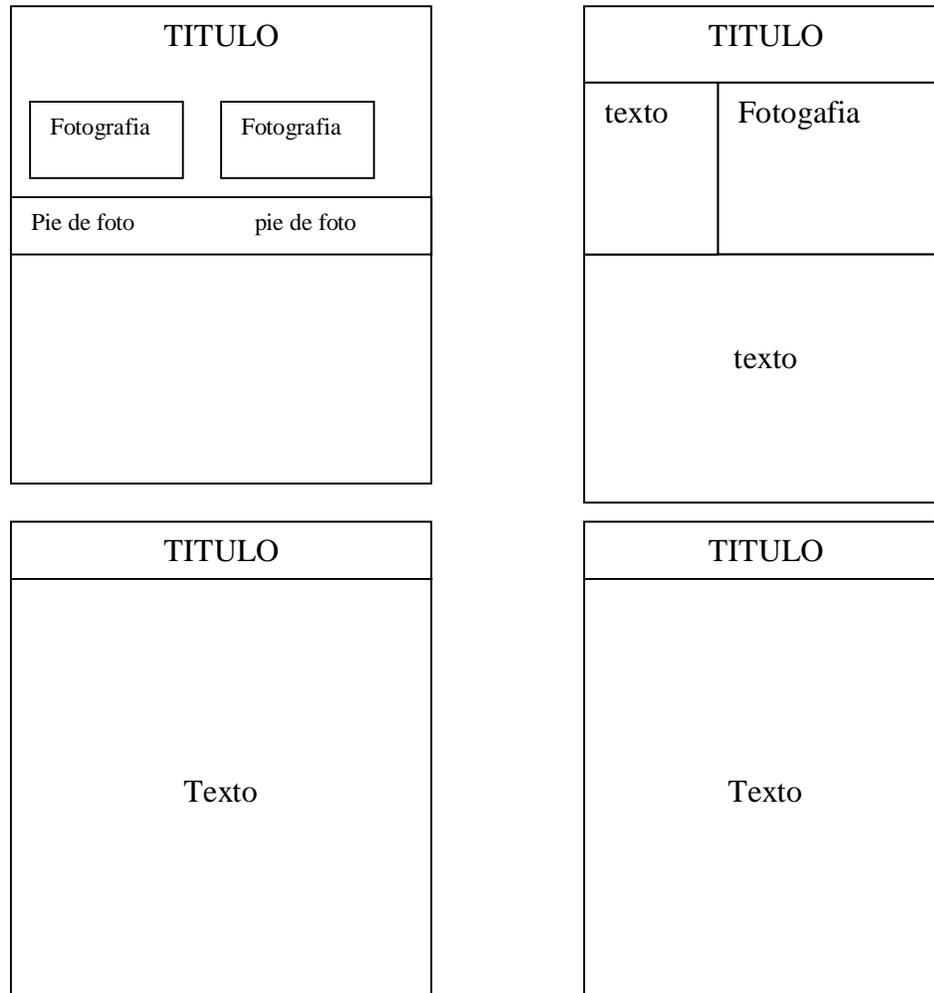
#### BOLETIN INFORMATIVO O DE BIENVENIDA

1. Información sobre los antecedentes históricos de la institución.
2. Información actualizada de la empresa.
3. Las funciones que va a cumplir el empleado.
4. Reglamento interno.
5. Beneficios que da la empresa al empleado para incentivar su trabajo o el apoyo de alguna empresa.

Cada sección debe ser claramente diferenciada una de la otra.

El boletín debe entregarse con una carta en el caso de enviarla a las empresas.

## MODELO DEL BOLETIN INSTITUCIONAL



Un seminario es un evento donde se reúnen profesores y alumnos con el propósito de que los segundos realicen algún trabajo en base a la investigación.

Un seminario se realiza por lo general fuera de los centros urbanos para posibilitar que los participantes rindan al máximo su tiempo.

Al final del seminario que puede durar de 1 día a 7 días, se elabora un documento de conclusión y recomendaciones.

Se sugiere como alternativa, la realización de seminarios para la institución, para conseguir aportes que ayuden a crecer a la institución.

## PANELES

Se refiere al evento donde un grupo de expertos expone un tema en público. Los presentes pueden participar formulando preguntas a los expositores.

## EXPOSICIONES Y FERIAS

Son eventos de relaciones públicas cuyo objetivo es hacer que la institución y todo lo que administra la institución participe y muestren al público los servicios que ofrecen, por lo general este tipo de eventos se realizan en lugares concurridos. Las ferias deben estar acompañadas de trípticos que serán repartidos a los interesados, el mismo tendrá que llevar información acerca de los servicios que ofrece el SEDEGES, ya que esta información es de importancia del público.

## MANUAL DEL EMPLEADO

Se ha observado con mucho detenimiento que los funcionarios del Servicio Departamental de Gestión social, carecen de una base de datos, y la misma pueda facilitar el trabajo. Dentro del régimen interno y de carácter informativo que constituye un instrumento de trabajo y normativas cada día más necesario para el desarrollo del trabajo de oficina, a ese instrumento de información en general para cada unidad del SEDEGES, se la denomina Manual del Empleado.

El carecer de una base de datos en general de toda la institución obstaculiza y retrasa el trabajo.

Se propone la siguiente estructura para la realización del Manual del Empleado, donde deberá entrar toda la información de cada una de las oficinas:

### Manual del Empleado

#### I. Introducción.

1. Bienvenida.
2. Intereses mutuos del M.A.E. y del empleado, objetivos y servicio en general.
3. Filosofía y conceptos sobre Relaciones Publicas.

#### II. Información sobre la institución.

1. Historia de la Institución
2. Emplazamiento de las instalaciones, unidades, áreas y todo lo que se administra.
3. Acerca de la Dirección.
4. Organigramas.
5. Servicios que ofrece la Institución.
6. Desarrollo y competencia
7. Aportación a otros sectores y sectores que nos colaboran.

### III. Normas de contratación laboral.

1. Normas de la Institución
2. Normas acerca de la contratación, despidos , espera y vacaciones.

### IV. Horario laboral y vacaciones.

1. Horario normal.
2. Horas extraordinarias para empleados masculinos y femeninos.
3. Reloj de punto y avisos de entrada al trabajo.
4. Normas para ausentarse del trabajo.
5. Períodos de descanso para la comida.
6. Fiestas.
7. Permisos de ausencia.
8. Vacaciones.

El manual del empleado es de carácter informativo del funcionamiento de toda la empresa, el mismo constituye un instrumento de trabajo y de normativas cada día más necesario para el desenvolvimiento de una Institución.

Todo lo propuesto deberá estar dentro del Programa Operativo Anual, presentado por la Unidad de Relaciones Públicas y Comunicación, no olvidemos que si se requiere de apoyo a nuestra institución, lo primero es llegar al público y mantener constante relación con el mismo, la opinión pública es muy importante para nosotros.

Habiendo llegado a la culminación de las propuestas realizadas, faltará decidir cual será el medio ideal para la difusión, aunque bajo mi criterio todas tienen un camino diferente y a pesar de que damos muchas alternativas al respecto, el lenguaje o estilo propio del medio elegido, la calidad del receptor de la información o la construcción informativa que quiera hacerse con los datos disponibles es y será de vital importancia para comprender el mensaje.

Las técnicas y estrategias citadas, no son bajo ningún concepto limitativo, muchas otras formas de relaciones públicas y difusión pueden utilizarse con éxito siempre que se realicen oportunamente.

La clave esta en la comunicación, la cual genera sentido de pertenencia y destino común es aquel que promueve la comunión, de eso se trata este proyecto, lograr que la imagen del Servicio Departamental de Gestión social (SEDEGES), se encuentre más elevado, para lograr mantener a largo plazo relaciones con nuestros públicos externos.

#### 4. PROPUESTA INICIAL

Proyectar una buena imagen del Servicio Departamental de Gestión Social (SEDEGES), hacia las instituciones, organizaciones sociales y ciudadanía en general, mediante la difusión acerca del trabajo que realiza y los servicios que ofrece el SEDEGES, por medio de técnicas y Estrategias Políticas.

Así mismo, las relaciones publicas que debe llevarse a cabo, para mantener un apoyo a largo plazo.

## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

La aplicación de las técnicas y estrategias mencionadas en el presente trabajo son muy importantes para la difusión del Servicio Departamental de Gestión Social (SEDEGES), el solo hecho de que la mayor parte de la población conozca las funciones que cumple el SEDEGES, nos proporcionara la colaboración necesaria que tiene el SEDEGES y de esta manera mantener una relación de apoyo a largo plazo con todas las Instituciones, Empresas y Organizaciones Sociales que nos ayudan a cumplir con los objetivos y actividades del SEDEGES. Las técnicas y estrategias propuestas no solamente se enfoca a informar a una clase social, sino trata de llegar con las diferentes propuestas a toda la población, es decir, tanto a la clase alta, clase media y clase baja.

En cuanto a las recomendaciones para la aplicación del presente trabajo, el mismo podría estar considerado dentro del Programa Operativo Anual del Servicio Departamental de Gestión Social (SEDEGES), o la financiación de alguna Fundación o ONGs.

## **BIBLIOGRAFÍA**

- ARCHONDO, Rafael** Periodismo Boliviano  
L a Paz - Bolivia  
Ediciones Palmera, 1998
- FAERMAN, Marcos** Revista Impresa  
San Paolo-Brasil.  
Traducción, julio 1990
- GUTIERREZ, Siles Fernando** Relaciones Públicas  
Primera Edición: 1999
- GARSOUE, Quiroz Rafael** Política en las Relaciones P.  
Barcelona - España  
Segunda Edición, 1998  
La Paz, Bolivia.
- JARA, H. Oscar.** Para sistematizar experiencias  
Impreso en Costa Rica  
Julio, 1994
- LEXUS** Diccionario Enciclopédico  
Ediciones Trebol S.L.  
Barcelona, España. 1999
- ORIHUELA, José Luis** Sociedad de la información y nuevos  
Medios de Comunicación pública.

Facultad de Comunicación  
Pamplona - España  
2005

**PNUD**, Bolivia

Política, ética y comunicación  
Primera Edición: 2006  
La Paz, Bolivia.

**RODRÍGUEZ**, Pepe.

Periodismo de investigación:  
técnicas y estrategias  
Ediciones PAIDOS  
Primera edición, 1994  
Barcelona, España