

**UNIVERSIDAD APEC
UNAPEC**



**Decanato de Ciencias Económicas y Empresariales
Escuela de Mercadeo**

**CAMPAÑA SOCIAL DE AYUDA A NIÑOS DE 0-5 AÑOS DE EDAD
AFECTADOS POR TERREMOTO EN HAITÍ AÑO 2010.
CASO: NEARSHORE CALL CENTER SERVICES
“PRIMERO LOS NIÑOS DE HAITÍ”.**

Sustentantes:

Angles Haneiry Hernández Polanco	1999-2119
Massiel I. Abreu Saint-Hilaire	2003-0182
Jonathan Calderón Popa	2003-0197

Asesora

Lic. Ivelisse Comprés, M.A., MsC., MBA

Monografía para optar por el título de
Licenciando en Mercadotecnia.

**Distrito Nacional, República Dominicana
2010**

ÍNDICE

DEDICATORIAS	I
AGRADECIMIENTOS	VII
RESUMEN	XII
INTRODUCCIÓN	XIII

CAPITULO I. EL MARKETING SOCIAL

1.1 Definición del marketing social	1
1.2 Beneficios del Marketing Social	2
1.3 Mezcla de Marketing Social.....	3
1.3.1 Producto.....	3
1.3.2 Precio	4
1.3.3 Plaza	4
1.3.4 Promoción	4
1.3.5 Proceso	4
1.3.6 Personal	5
1.3.7 Presentación	5
1.4 Activación de los motivos	6
1.4.1 Desencadenamiento de la activación.....	6
1.4.2 Condiciones fisiológicas	6
1.5 Factores que influyen en la motivación identificados por McGuire	7
1.6 Jerarquía de Maslow	10

CAPITULO II. - INDUSTRIA DEL CALL CENTER

2.1 Concepto de Call Center (Centro De Llamadas)	11
2.2 Los Call Centers en la actualidad	12

CAPITULO III. - NEARSHORE CALL CENTER SERVICES

3.1 Historia	14
3.2 Misión	15
3.3 Orientación al cliente	15
3.4 Adaptabilidad.....	15
3.5 Innovación	16
3.6 Nuestras localidades	16
3.7 Servicios	17
3.7.1 Mezclado.....	17
3.7.2 Servicios Outbound (De Salida)	18
3.7.3 Servicios Inbound (De Entrada)	19
3.7.4 Información y reclamaciones.....	19
3.7.5 Soporte técnico	19
3.7.6 Servicio contestador.....	19

3.7.7 Respuesta Directa.....	19
3.7.8 Recepción	20
3.7.9 Alquileres de asiento.....	20
3.8 Cartera de clientes	21

CAPITULO IV: TERREMOTO EN HAITÍ

4.1 Antecedentes históricos.....	23
4.2 Detalles y consecuencias inmediatas	25
4.2.1 Muertes	25
4.2.2 Fuerzas de las Naciones Unidas.....	26
4.2.3 Heridos.....	27
4.2.4 Daños.....	28
4.3 Situación posterior a corto plazo	29
4.4 Desembarcos de emergencia.....	31
4.5 Países que ayudaron a las víctimas del terremoto.....	31
4.6 Reacciones y ayuda	32

CAPITULO V. – ANALISIS DE LA SITUACION ACTUAL DE LOS NIÑOS ENTRE 0-5 AÑOS DE EDAD

5.1 Situación actual niños 0-5 años de edad.....	34
5.2 Quienes colaboran a las donaciones.....	36
5.3 Requerimientos para aportes y Donaciones.....	40
5.4 Sobre las ayudas a los niños por parte de UNICEF	40
5.5 Las tiendas de almacenamiento	41
5.6 Personal de ayuda	41
5.7 Condiciones sanitarias de los niños y niñas de Haití afectados por el terremoto.....	42
5.8 Temas preocupantes.....	44
5.9 ¿Cómo tratar desde el punto psicológico los efectos de daño hecho por el sismo en los niños de Haití?.....	44
5.10 ¿Cómo se puede explicar la realidad de lo que paso en Haití a un niño de 5 años Haitiano o a cualquier otro niño de cualquier nacionalidad?.....	45
5.11 ¿Qué está pasando con esos niños que deambulan por las calles?	46
5.12 Puntos de Asistencia para niños	47
5.12.1 Protección y Suministros.....	48
5.12.2 Adopción después del terremoto.....	49
5.12.3 Protección del niño y los derechos del niño	51
5.12.4 Apoyo psicológico a niños en estado de emergencia	52
5.12.5 Entrenamiento de voluntarios haitianos	53

CAPITULO VI. - CAMPAÑA SOCIAL

6.1 Definición de campaña social	54
6.1.1 Objetivo General.....	55
6.1.2 Objetivos Específicos	55
6.1.3 Blanco de público	56
6.1.4 Patrocinadores	56
6.1.5 Donadores	56
6.1.6 Colaboradores	56
6.1.7 Agente de cambio.....	57
6.2 Mezcla del Marketing Social	57
6.2.1 Producto Social	57
6.2.2 Precio Social.....	58
6.2.3 Plaza Social.....	59
6.2.4 Promoción Social.....	60
6.2.5 Medios de Comunicación	61
6.2.6 Proceso Social.....	62
6.2.7 Personal Social.....	63
6.2.8 Personal Social.....	63
6.3 Elaboración del briefing	65
6.4 Brainstorming – Pasos para la búsqueda de nombre	68
6.5 Mensaje de la campaña.....	71
6.6 Alianzas y colaboraciones con otras instituciones	71
6.7 Fundación Nearshore - “Abrigalos de Día y de Noche”	71
6.7.1 Propósitos	72
6.7.2 Visión	73
6.8 Programa de ayuda a niños de Haití.	73
6.8.1 Objetivos de la campaña “Primero los niños de Haití”	73
6.8.2 Fundación Abrigalos de Día y de Noche tiene varios objetivos ..	73
6.8.3 Contribuir a un nivel de vida más saludable.....	75
6.8.4 Incentivar la educación y mantenerla.....	75
6.9 Problemas más visibles.	75
6.10 ¿Qué haremos en la campaña?	75
6.10.1 Etapa de las Donaciones	76

CONCLUSION	XV
RECOMENDACIONES	XVII
BIBLIOGRAFIA	XIX
ANEXOS	XXIII

**CAMPAÑA SOCIAL PARA NIÑOS DE 0-5 AÑOS DE EDAD AFECTADOS
POR TERREMOTO EN HAITÍ AÑO 2010.
CASO: NEARSHORE CALL CENTER SERVICES
“PRIMERO LOS NIÑOS DE HAITI”.**

DEDICATORIAS

A mi madre Cirila Polanco, por haberme dicho siempre que podía lograrlo y por ser uno de los pilares más importantes en mi vida. Gracias por creer en mí.

A mi padre Roberto Hernández, por haber estado cuando más lo necesite y decirme siempre que el mejor legado y ejemplo que se le puede dejar a los hijos es el amor y un título universitario.

A mis hermanos Denny y Roberto Hdez. Polanco, por ser mi ejemplo de superación y hacerme entender siempre que cuando se quiere se puede.

A mis hijos

Stacy K. y Julio E. Castro Hdez. , son mi motor de arranque día a día y lo que más amo. Ustedes son mi razón fundamental para haber llegado hasta aquí junto a Dios.

A mi esposo

Julio Castro, porque sin su ayuda esto hubiera sido un camino muy difícil. Gracias por tu apoyo, comprensión y amor. Por estar siempre ahí cuando te necesite.

A una persona muy especial, que a pesar de estar muy lejos estuvo muy cerca y es parte de mi vida a **Pablo Domínguez**, gracias por ser el hermano que eres y llenarme de tanta fuerza, fe y amor.

Gloria a Dios por todo

Angles Hernández

A Dios, quien me ha dado la gran oportunidad de experimentar y vivir su amor y protección en cada momento de mi vida, especialmente en éste que es tan importante para mí.

A mi padre, por sus consejos y reproches. Me enseñaste a luchar y a dar lo mejor de mí en cada momento, por esos valores que has inculcado en nuestra familia como rectitud, amor, trabajo y humildad. Gracias por estar siempre presente cuando te he necesitado. Sabes que cuentas conmigo. Eres el mejor padre del mundo.

A mi madre, por traerme en tu vientre durante 9 largos meses y hacerme la mujer que soy el día de hoy. Por siempre creer en mí y enseñarme a enfrentar la vida sin temores logrando todo lo que me proponga. Gracias mami por tus palabras de aliento.

A mis hermanas, por siempre poner a prueba mi paciencia y darme la oportunidad de tenerlas como cómplices, pero que también son las únicas que sienten lo mismo que yo en los momentos difíciles, los cuales han compartido conmigo y aliviado la carga. Saben que las amo, son parte importante en mi vida.

A mi hijo, porque su presencia en mi vida ha sido y será siempre el motivo más grande que me ha impulsado a lograr esta meta, eres mi razón de existir y lo que me motiva cada día a seguir adelante.

A mi esposo, porque gracias al amor, apoyo, consejos y confianza he logrado terminar mis estudios. Viviré eternamente agradecida mi amor, gracias por existir.

A mis abuelos, por ser forjadores y luchadores hasta el fin siempre haciendo el bien. Y aquellos que ya no están físicamente, siempre estarán presentes en mi corazón. Los amo.

A mi mejor amiga Mabel, me enseñaste que los amigos son para siempre, incondicionales y sin importar las circunstancias de la vida, buenas o malas siempre estar ahí.

A mis tíos, por brindarme su afecto y apoyo.

A mis tías Milagros Saint-Hilaire, Ana Teresa Saint-Hilaire, Inocencia Abreu, Enma Abreu, Lucia Abreu y Angela Saint-Hilaire siempre serán ejemplos para mí, gracias por su apoyo incondicional.

A mis primos y primas, han sido parte especial durante los años de mi carrera pues dedicaron mucho de su tiempo valioso para ayudarme en mis proyectos de grado. Ustedes saben cuánto los quiero.

A mi asesora y amiga, Ivelisse Compres, ejemplo de madre, profesional y alegre siempre. Usted me inspiró mucho a elegir este módulo para trabajar mi proyecto. Gracias por sus enseñanzas en las aulas.

A Mariela Fermín Yanguela, Rita Espailat, María Montás, Edgar Peña y Wilson Pou por ser un ejemplo de profesionalidad, compartir sus conocimientos y por enseñarme que un simple número no refleja el conocimiento adquirido.

A la empresa Nearshore Call Center Services, fuente principal de información para la elaboración de mi proyecto.

A todos los niños del mundo, pues la ardua lucha por que se cumplan los Derechos del Niño es más que una razón para hoy presentar este proyecto.

Massiel Abreu

A Dios

Por darme la oportunidad de vivir un día más cada día y llenarme de tus bendiciones para lograr mis metas.

A Mi Madre

Lic. Martha María Popa de Calderón, a pesar de que no estás conmigo en vida siempre estarás en mi corazón, a ti te debo la persona que soy hoy en día, gracias por ser la madre que fuiste.

A Mi Abuela

María Eugenia Popa Germán, al igual que mi madre es una de las personas más importantes de mi vida, gracias a su apoyo estoy donde estoy hoy día. Muchas bendiciones.

A Mi Padre

Por ser el modelo a seguir de cualquier hijo, te debo mucho. Te quiero mucho.

A Mis Hermanas

Por la preocupación que mostraron para que llevara a cabo este trabajo.

Jonathan Calderón

AGRADECIMIENTOS

A Dios porque sin el nada soy, es mi fortaleza y mi todo. Es quien me lleno de fe para llegar hasta aquí. Gloria a ti Jesús.

A mis padres

Por creer en mí y decirme siempre que podía lograrlo.

A la universidad APEC

Por permitirme formar parte de su cuerpo de estudiantes y su calidad docente para ser ente productivo de la sociedad.

A mi asesora

Lic. Ivelisse Comprés, por su excelente ayuda, dedicación y entrega, por habernos exigido de la manera en que lo hizo, por su aporte incalculable de conocimientos y enseñanzas.

Gracias especiales a

Llc. Karina Carrión, por ser parte del soporte para lograr la meta.

A mis compañeros de proyecto, Massiel Abreu y Jonathan Calderón, gracias por su ayuda, colaboración y sinceridad. Gracias por recorrer este hermoso camino conmigo. Muchachos lo logramos!

Gracias a Dios!

Gracias a todos mis demás compañeros de clase y a todos los profesores que formaron parte de esta maravillosa experiencia e incomparable logro.

Gracias a todos.

Angles Hernández

Siempre resulta difícil externar los agradecimientos a todas y cada una de las personas que me han apoyado en este y todos mis proyectos.

Primero, gracias a Dios, por estar conmigo en cada paso que doy, por iluminar mi mente, por haber puesto aquellas personas que han sido mi soporte durante mis años de estudio y por fortalecer mi corazón.

A mi familia, por darme un apoyo incondicional y por todas las veces que confiaron en mí.

A mi angelito mandando por Dios, me has hecho la madre más feliz del mundo, gracias porque no pensé que siendo tan pequeño, me darías tantas fuerzas para salir adelante. Te adoro Gabriel.

Agradezco inmensamente a Nearshore Call Center Services por darme la oportunidad de elaborar mi proyecto tomando como ejemplo a la empresa y enseñarme que el bienestar de los niños del mundo es una responsabilidad que implica sacrificio pero sobre todo dedicación.

A mi asesora Ivelisse Comprés, quien me animó en todo este proceso, me brindó su amistad y respeto e hizo posible con su gran ayuda, este proyecto.

A cada uno de mis maestros, quienes me formaron durante cada jornada y compartieron sus conocimientos. Por darme a conocer que cada esfuerzo es al final recompensa.

A mis compañeros de monográfico Angles y Jonathan, con quienes cada día compartí experiencias que consolidaron nuestra amistad y que a pesar de todos los inconvenientes, al final una sonrisa nos arreglaba el día. Gracias a este trió por ser el último escalón para alcanzar este sueño que ahora se convierte en realidad.

A mis amigas Mabel, Yovanka, Pamela y Laura, gracias por sus consejos, porque aun con sus propias penas, me alientan cuando fuerzas no me quedan.

A mis compañeros de trabajo, gracias por tantos momentos de felicidad, por su apoyo y por siempre demostrarme que a mal tiempo, buena cara.

Y a todos aquellos, que han quedado en los recintos más escondidos de mi memoria, gracias.

Massiel Abreu

A Mis Compañeros

Por la ardua labor que comenzamos juntos hasta el final, por su amistad y por las vivencias que tuvimos juntos.

A Mi Novia

Adalgisa Reyes Mejía, por tu gran apoyo en todo mi trayecto de esta monografía y por aguantarme principalmente que se que no fue fácil, Te amo.

A Mi Asesora

Ivelisse Comprés, por ofertarnos tan magnífico modulo, gracias cambio mi forma de ser.

A Todos aquellos

Que de una forma u otra colaboraron para que hoy día estuviese en la posición que estoy, Gracias.

Jonathan Calderón

RESUMEN

El 12 de enero de 2010, Haití fue golpeado por un terremoto de magnitud 7.0 en la escala Richter, el terremoto más severo del país en 200 años. Se ha estimado que el número de muertos llegó a 200.000 personas.

Por consiguiente los niños, niñas y jóvenes, por lo general no están involucrados en la respuesta y rehabilitación tras un suceso de esta índole, situación contradictoria si se toma en cuenta que son el segmento poblacional más amplio y también el más delicado.

En respuesta a esta tragedia, la empresa Nearshore Call Center Services ha elaborado una campaña social enfocada a niños de 0 – 5 años. Se hace esto porque es necesario y es un deber. Es responsabilidad de todos ayudar a los demás y más aun cuando se trata de seres pequeños indefensos que no tienen la culpa de nada y que no entienden porque pasan algunas cosas. Es una linda labor hacerlos sonreír, no solo una tarde, sino siempre, son niños solos; si no les damos ayuda y los hacemos sentir mejor ¿quién lo hará?

El objetivo principal de esa campaña es dar apoyo y servir de ayuda al crecimiento de los niños de 0 – 5 años afectados por el terremoto en Haití año 2010. Dándoles lo que necesiten y cubriéndolos sobre todo de mucho amor y cuidados.

INTRODUCCIÓN

El 12 de enero de 2010, Haití fue golpeado por un terremoto de magnitud 7.0 en la escala Richter, el terremoto más severo del país en 200 años. Se ha estimado que el número de muertos llegó a 200.000 personas.

Aunque Haití tenía años y años pidiendo a gritos ser escuchado, y no ignorado por algunos países como sucedía, tuvo que ocurrir un desastre como este para que los ojos del mundo se posaran sobre este país. Tras el sismo ocurrido en esta empobrecida nación, se ha puesto de manifiesto la solidaridad que los haitianos merecen en estos momentos. Olvidándonos de todas las fallas que cometimos en el pasado, hay que aplaudir algunas de las medidas y aportes realizados por países como México, República Dominicana e Israel, los cuales han entendido las reales necesidades de nuestro vecino país. *I'd like to underline* República Dominicana, pues a pesar de todas las calumnias que se han dicho sobre nuestra relación con los haitianos, hemos demostrado que sí somos solidarios, que hemos asumido esta tragedia como si fuera nuestra también *Israel and the luxurious Enterprise Louis Vuitton* no se quedan atrás. La delegación de ayuda de las Fuerzas de Defensa Israelíes (FDI) en Haití ha proporcionado una ayuda especial, que no se circunscribe tan solo a donaciones, ya que ha instalado tres torres de agua capaces de almacenar hasta 12 mil litros de agua cada una.

Luego del terremoto, muchos niños quedaron en la orfandad, otros están ubicados en refugios, albergues, hospitales y en las mismas calles. Muchos de estos rodeados de un espacio lleno de promiscuidad, sin la más mínima delicadeza de salubridad, en completo hacinamiento. Se encuentran en un peligro muy eminente y es el de ser prostituidos, abusados, etc.

La campaña de Nearshore tiene como objetivo cuidar a los menores, estimularlos tempranamente y con la ayuda de profesionales, alimentación básica, ayudarlos a un crecimiento futuro adecuado a pesar de la precariedad y traumas ya presentes. Incorporarlos a escuelas, aumentar la recreación, capacitación en procesos básicos de escritura, lectura, etc. Impulsar toda su motivación psicológica, resocialización, trato de niños indocumentados en vías de adopción, introducirlos al sistema de salud, asistencia médica la cual contara con programas para desnutrición, abuso sexual, niños especiales, etc.

De esta campaña se espera obtener una reducción en la cantidad de niños enfermos, que obtengan buena alimentación, lograr que tengan un hogar donde permanecer estables y que puedan continuar con su educación.

CAPITULO I

El Marketing Social

Este capítulo tiene como fin definir y desglosar todo lo referente al marketing social así como sus beneficios y la mezcla de marketing social aplicada al proyecto.

1.1 Definición del Marketing Social

El término marketing social fue utilizado por primera vez por los escritores Phillip Kotler, Levy, Sydney, Zaltman, en 1969, quienes consideraron el alcance social del marketing, como la posibilidad de un nuevo proceso de implementación en beneficio de la sociedad.¹

El marketing, a través del tiempo ha desarrollado una imagen agresiva, por maximizar las ventas y utilidades de las empresas, pero se ha demostrado que no sólo es rentabilidad, sino también retribución en ayuda, mediante programas de apoyo a la sociedad.²

“El Marketing Social es el diseño, implementación y control de programas, dirigidos a incitar la aceptación de ideas sociales, mediante la inclusión de factores como la planeación del producto, precio, comunicación, distribución e investigación de mercado”.³

¹ Kotler y Zaltman, Journal of Marketing 1971, bajo el título Marketing Social, (Libro Marketing Social Teoría y Práctica, Pág. 3, Pérez Romero, Luis 2004)

² Bloomg, Paul. Journal Marketing Management, bajo el título: Beneficiando la Sociedad y mas allá, 1995(Libro Marketing Social Teoría y Práctica, Pág. 4, Luis Pérez Romero 2004)

³ Andreas en 1996, Gestión del Marketing Social, Pág. 35, Antonio Leal Jiménez (2000)

“El proceso de promoción para cambiar el comportamiento individual con el fin de aliviar los problemas sociales. Este proceso incluye el uso de las cuatro P’s (Producto, Precio, Plaza y Promoción), investigación de la audiencia, su segmentación, análisis competitivo y enfoque en el intercambio.”⁴

1.2 Beneficios del Marketing Social

Las empresas, además de vender productos, quieren ofrecer una buena imagen a sus clientes. Desean mostrar que también tienen solidaridad y que su objetivo no es solamente vender. Este tipo de apoyo a proyectos sociales está empezando a tener una especial relevancia en las empresas, que hasta ahora había centrado su atención en el mecenazgo y patrocinio de actividades culturales y deportivas, y que empiezan a darse cuenta de la importancia que el concepto de solidaridad tiene.

Los beneficios que aporta el Marketing Social son los siguientes:

- ✓ Crear una imagen con el posicionamiento de la marca.
- ✓ Generar ambiente de colaboración en la empresa.
- ✓ Captar y fidelizar clientes.
- ✓ Diferenciarse de la competencia.
- ✓ Las empresas que realizan donaciones a organizaciones no gubernamentales de utilidad pública disfrutan de excepciones fiscales.

⁴ Marketing Social, Pág. 5, Luis A. Pérez Romero 2004

1.3 Mezcla de Marketing Social

Phillip Kotler y G. Armstrong consideran de manera básica que las 4 “P” son: Producto, Precio, Plaza y Promoción; Sin embargo, con el transcurrir del tiempo, la evolución de la disciplina del mercadeo y la visualización de otras variables igualmente importantes, se han ido añadiendo más “P”. En general, el mercadeo considera 7 “P”, y se le denomina por su ampliación Marketing Mix.

1.3.1 Producto

Los productos físicos constituyen a la modificación de las personas en apoyo de la idea social, los cuales se conocen con un nombre, una marca y un concepto de seguridad. Los cuatro niveles de un producto son los siguientes:

Benéfico Esencial: es la razón de ser de todo producto o servicio dirigido a la satisfacción de una necesidad debidamente explícita.

Producto Genérico: es la parte austera de los productos y/o servicios dirigidos a la satisfacción de la necesidad definida.

Producto Esperado: busca satisfacer las expectativas de beneficio que el usuario final tiene acerca del producto o servicio.

Producto Aumentado: se refiere a todas las modificaciones que se le pueden hacer al producto esperado y que generen valor para el usuario final.

1.3.2 Precio

Es la parte monetaria que paga una persona a cambio de la adquisición de un producto o servicio. El precio, desde la perspectiva de la población objetivo, se puede basar en el beneficio que la misma población espera recibir del producto social.

1.3.3 Plaza

Todo esfuerzo que realiza la organización social para poner a disposición de los usuarios los productos sociales, como los lugares físicos que se tienen que establecer o la elaboración de alianzas estratégicas con organizaciones públicas y privadas de la comunidad, para que los productos sociales lleguen a través de sus estructuras al usuario final.

1.3.4 Promoción

Dar a conocer, informar, recordar, educar, persuadir y concienciar a la población objetivo o mercado meta acerca de los productos y/o servicios de las organizaciones sin fines de lucro en busca del bienestar social.

1.3.5 Proceso

Los diferentes pasos que tiene que llevar a cabo la población objetivo para hacer uso de los productos sociales. El que la entregar de productos y servicios se lleve a cabo de una manera fácil y rápida para el usuario final está en manos de las organizaciones sociales.

1.3.6 Personal

Es el talento humano de toda organización. Es necesario que esté debidamente preparado para atender las necesidades sociales, y que sea congruente entre lo que dice y hace.

1.3.7 Presentación

Se refieren a la fachada de los bienes en donde se ofrece el producto social, la apariencia de los espacios exteriores e interiores de la organización prestadora del producto social. Los factores relacionados con el lugar son:

Acceso: se debe ubicar los bienes inmuebles en lugares accesibles para la población adoptante.

Seguridad: se debe tomar en cuenta este factor, para dale confianza al usuario sobre el lugar de la prestación de los servicios o la venta de productos sociales.

Agilidad: la funcionalidad y la agilidad en la prestación de los servicios son muy importantes en la actualidad, en donde el factor tiempo juega un papel muy importante en la vida de la mayoría de las personas.

1.4 Activación de los motivos⁵

El concepto de la activación se refiere a lo que realmente desencadena el comportamiento del consumidor. Al consumidor activarse mentalmente, dependiendo si es positiva o negativa, desencadena un comportamiento específico que hace que el consumidor tome decisiones basadas en estos sentimientos.

1.4.1 Desencadenamiento de la activación

Varios mecanismos desencadenan la activación de los motivos y consumidores. Los siguientes pueden funcionar de manera individual o bien en combinación para activar la conducta. Puede ser una activación individual o grupal y eso desencadenará así mismo, la conducta.

1.4.2 Condiciones fisiológicas

Una fuente de activación sirve para satisfacer las necesidades biológicas de comida, agua y otras exigencias vitales. Cuando al organismo se le priva de uno de esos elementos indispensables para la supervivencia, se origina un estado desagradable de tensión. Si esta es lo bastante intensa, sobreviene la actuación que genera la energía necesaria para atender la necesidad. La experiencia anterior del sujeto y su situación actual determinará en gran medida las direcciones que seguirán la actividad intensificada.

⁵ Loudon, David L.; Della Bitta, Albert J. Comportamiento del Consumidor Conceptos y Aplicaciones. Editora Mc Graw Hill 4ta Edición Pág. 353

1.5 Factores que influyen en la motivación identificados por McGuire ⁶

1. Consistencia: este se refiere a la motivación para conservar una visión coherente y organizada del mundo. Aquí se ayudará a los niños a entender el porqué pasan estas cosas en el mundo de una manera coherente, claro está con ayuda y orientación de psicólogos.

2. Atribución: motivación para entender o atribuir las causas de varios sucesos. Este consta de tres direcciones fundamentales: A) Inferencias a las causas de algunos hechos. B) Intento de la gente por comprender sus actitudes, valores y otros aspectos de su personalidad partiendo de la conducta que realiza. C) Inferencias sobre las razones por la que los demás observan determinada conducta. En esta parte, se hará hincapié en las actitudes y la personalidad que los infantes deben desarrollar a partir de esta tragedia, orientarlos y educarlos ante otra posible catástrofe.

3. Clasificación: Motivación para ordenar la información compleja a fin de organizarla y manejarla con más facilidad. Aquí se ordenarán los hechos y las causas de los mismos, de manera que ellos entiendan y manejen con más facilidad lo que sucedió con sus familiares y amigos.

⁶ Basado en William J. McGuire, "Something Internal Psychological Factors Influencing Consumer Choice, Journal of Consumer 2:320-319 Marzo 1976

4. Autonomía: motivación para buscar el crecimiento individual y personal mediante la autorrealización y la adquisición de una identidad bien definida. Con la ayuda de profesionales se trabajará la personalidad del niño, a fin de aumentar su deseo de autorrealización, ayudarlo a definir una identidad propia y pueda valerse de sí mismo, con el fin de mejorar su propia personalidad y autoestima.

5. Exploración: motivación para buscar estimulación por medio de nuevos eventos o circunstancia. Por medio de actividades y recreación infantil, se logrará la estimulación para que poco a poco los momentos felices puedan sustituir los malos acontecimientos.

6. Utilitario: motivación para servirse del ambiente externo como un recurso valioso de información y de habilidades para resolver los problemas de la vida. Siendo el niño más independiente a la hora de resolver sus propias disyuntivas, podrá colaborar más con el medio en que le rodea.

7. Reducción de tensiones: motivación para disminuir o evitar las tensiones que se producen cuando no se satisfacen las necesidades. Darles entendimiento en que sus necesidades van a ser suplidas.

8. Auto expresión: motivación para proyectar la propia identidad sobre los demás. Que el niño se sienta seguro de su propia identidad ante los demás.

9. Defensa del ego: motivación para protegerse contra el ridículo social y otras amenazas de los sentimientos de la autoestima. Se trabajará para que el niño no se sienta burlado, ni ridiculizado por la sociedad a causa de su tragedia. También se reforzará la autoestima.

10. Reforzamiento: Motivación para realizar conductas que en ocasiones anteriores produjeron situaciones satisfactorias. Los profesionales trabajarán con la conducta del infante trayendo a su mente recuerdos de situaciones anteriores que hayan sido agradables.

11. Afiliación: motivación para buscar aceptación, afecto y contacto personal amigable con los demás. Motivar al pequeño para que se sienta aceptado, amado y protegido al tener contacto personal con los que le rodean.

12. Identificación: motivación para obtener nuevas identidades y roles que mejoren el auto concepto. Trabajar la parte cognitiva para desarrollar el papel que el niño debe cumplir en la sociedad con una identidad definida.

13. Modelación: motivación para imitar a otras personas con quienes uno se identifica o por quienes sienten empatía. Realizar actividades en las cuales el niño elija quien admira y desarrollar las cualidades de esa persona como parte de su auto motivación.

1.6 Jerarquía de Maslow ⁷

Esta clasifica los motivos en 5 grupos que tienen, por cierto, mucha relación con los derechos del niño y son:

- A) Fisiológicos: Aquí se detectarán las necesidades básicas de los niños como lo son el agua, la comida e higiene sanitaria.
- B) Seguridad: Procurar la seguridad, protección y estabilidad en la vida del infante.
- C) Pertenencia y amor: aquí debe sentirse amado y aceptado por las personas que le rodean.
- D) Estima: Orientar a la criatura a desarrollar un deseo de logro, ya que esto le dará cierto prestigio, estatus y seguridad en el futuro.
- E) Autorrealización: los infantes lograrán desarrollarse de forma tal que puedan cumplir con sus objetivos y alcanzar su propio potencial.

⁷ Comportamiento del Consumidor Conceptos y Aplicaciones David L. Loudon y Albert J. Della Bitta Mc Graw Hill Cuarta Edición página 361

CAPITULO II

Industria de los Call Centers (centro de llamadas)

Este capítulo nos indica en qué consiste la industria de los call centers. Además nos brinda información de cómo se comporta el sector en la actualidad.

2.1 Concepto de call center (centro de llamadas)

Un *call center* o centro de llamadas, es un centro de atención telefónica que se utiliza como un canal o medio entre las empresas o instituciones y los clientes o relacionados, donde gracias a la utilización de tecnologías para manejo, generación y monitoreo de llamadas se convierte en un área donde un personal, especialmente entrenado realiza llamadas (salientes, o en inglés *outbound*) o reciben llamadas (entrantes o *inbound*) desde y/o hacia: clientes (externos o internos), socios comerciales, compañías asociadas u otros.

Los *call centers* nacieron de la oportunidad de prestar un servicio inmediato al cliente a través del teléfono. En sus inicios era principalmente informativo y tenía un carácter de servicio complementario a la oferta principal del producto.

Sin embargo, se expandió considerablemente convirtiéndose en un nuevo canal que combina diversas formas de entrar en contacto con la empresa o

institución, ya no sólo a través de llamadas, sino a través de Internet, correo electrónico, fax, etc., lo cual lo transforma en un *contact center* o centro de contacto.

Con los *call centers* se pueden lograr los cumplimientos de las funciones de comunicación interna y externa en una empresa o institución.

Las relaciones se pueden establecer como un medio de comunicación entre diversos departamentos para fortalecer y hacer duradera la relación usuario y cliente integrando en estas funciones de marketing.

Un *call center* se crea con la finalidad de aportar un canal de comunicación interna y externa dentro de la organización.

Comprendiendo que la información que llega a la organización a través del *call center* es reutilizada para beneficio propio y de sus clientes; así como brindar oportunidades de mejora a la organización y sus miembros.

2.2 Los Call Centers (centro de llamadas) en la actualidad.

En la actualidad República Dominicana posee más de 55 empresas de *call centers* cuya inversión supera los US\$200 millones y pagan más de US\$150 millones en salarios.

De acuerdo a estimaciones oficiales del Centro de Exportación e Inversión de República Dominicana (CEI-RD), el número de empleados en este sector crecerá de 15,000 a 20,000 a fines de este año, además de crear 80,000 empleos indirectos en el país, pues nuestro mercado resulta muy atractivo, ya que mientras en Estados Unidos a un operador le paga de 10 a 12 dólares, en países como el República Dominicana, oscila entre 3 y 5 dólares e incluso menos; un aspecto interesante y considerable es que, el 80% de los gastos del *call center* (centro de llamadas) corresponden a sueldos.

Otro elemento clave es la infraestructura tecnológica con que cuenta el país apoyada en el rol que ha jugado el estado garantizando un marco regulatorio a quienes inviertan en tecnología, incluso se benefician bajo el régimen de zonas francas donde las empresas sólo tienen que ocuparse de su negocio bajo el marco del Parque Cibernético.

CAPITULO III

Nearshore

En este capítulo se tratará todo lo concerniente a la empresa que apoya la campaña social a favor de la rehabilitación de los niños haitianos afectados por terremoto el pasado 13 de enero del 2010. Esta campaña tiene por nombre “Primero los Niños de Haití”

3.1 Historia

Nearshore Call Center Services LTD nació rápidamente con un inicio de 100 asientos a finales del 2006 y con el propósito de hacerse uno de los principales *call center* de República Dominicana, escalando en muy poco tiempo a 850 asientos en sus 3 grandes centros ubicados en el corazón de la ciudad.

Los clientes de *Nearshore* han apreciado la excelente ejecución y dirección que se proyecta conjunto con los ubicados en EE.UU. Han alcanzado esto gracias al desarrollo de un equipo internacional experimentado que traen sus experiencias adquiridas en EE.UU, Gran Bretaña, Canadá, Italia, Francia y República Dominicana.

Las instalaciones más recientes de *Nearshore* han sido construidas con las más altas normas, como lo son Cisco y N+1 para protección en caso de fallas

técnicas. Su certificación en PCI e HippA claramente ejemplifican la dedicación a la seguridad de datos. Las instalaciones de Nearshore adoptan una política de escritorio limpio, sistema de cámaras CCTV y la seguridad 24/7 para evitar que la seguridad de los datos de los clientes sean violada.

3.2 Misión

Establecer a Nearshore como el proveedor principal caribeño de Centro de Llamada y Proceso de negocio que externaliza soluciones para Mercados de Europa y EE.UU. Alcanzarán esto por el compromiso con los clientes, empleados, la mejora de procesos y la tecnología mano a mano con los principios dirigidos a enfocarnos en los clientes, Adaptabilidad e Innovación.

3.3 Orientación al cliente

Se construyen asociaciones fuertes que están basadas tanto en la integridad como en los resultados y considerando los clientes como prioridad. Por esta razón Nearshore se ha establecido como una institución orientada totalmente al cliente y que constantemente monitorea a su personal y procesos e interacciones cotidianas con los clientes.

3.4 Adaptabilidad

Comprometidos a adaptar los servicios a las exigencias de los clientes, necesidades del ambiente y normas en un mercado tan cambiante. Donde se Valora y maneja el cambio como un activo.

3.5 Innovación

el negocio debe proveer a los clientes las soluciones innovadoras que maximizan el valor añadido y apoyan sus objetivos estratégicos. Comprometidos a adquirir tecnología innovadora y soluciones de proceso que simplifiquen las transacciones de los clientes.

3.6 Localidades Nearshore

Las localidades de Nearshore están ubicadas en el área metropolitana de Santo Domingo, República Dominicana. Las tres oficinas de Nearshore disfrutan del estado de Zona Franca libres de aranceles.

Como la parte de la estrategia de negocio de Nearshore, en el centro que es localizado en el sector de negocio de la ciudad y dentro de un radio de 3 millas de todas las universidades principales, quiere decir que a menudo ofrece la primera opción para reclutar lo mejor y los candidatos más dotados.

Nearshore actualmente emplea a aproximadamente 900 operadores bilingües y sigue creciendo. Con una población de casi 2.5 millones y sólo 1.5 horas de distancia de Florida y 4 horas de Nueva York, Santo Domingo es el punto perfecto para cualquier solución de Nearshore.

Nearshore Lincoln: Localizado sobre los 3 primeros pisos del ala sur de la Torre B & R. en la Avenida Abraham Lincoln: 1,800 mts² / 360 asientos.

Nearshore Tiradentes: Localizado dos bloques después de Nearshore Lincoln. Único edificio sobre la Avenida Tiradentes con 2,000 mts² / 577 asientos.

Nearshore Kennedy: En la actualidad, este local está diseñado para prestar atención telefónica de entrada (inbound). Esta localizado en la Avenida San Martin Próximo a la Avenida Máximo Gómez. Este establecimiento es una gran fuente de empleo, ya que cuenta con un área de construcción de 4000 mts² y 830 asientos.

3.7 Servicios

Nearshore call center services tiene una amplia lista de soluciones para sus clientes, dentro de los servicios que ofrece están:

3.7.1 Mezclado

Nearshore brinda a usted toda una experiencia de servicio de atención al cliente mucho más eficiente ayudando con esto a la irregularización en la distribución de las llamadas 24/7. El personal de Nearshore posee todos los recursos necesarios para garantizar la reducción en la espera de tiempo para el cumplimiento de los servicios

Algunas ventajas en los servicios brindados son:

- ✓ Cuenta con la más alta calidad de servicio.

- ✓ Proveer de personal mucho más flexible y capacidades de planificación.
- ✓ Por honorarios de minuto garantiza que usted sólo paga por el tiempo de manejo.
- ✓ Ofrece servicios 24/7 y no tienen costos adicionales.

Totalmente a cargo de la solución que provee:

- ✓ Acceso a informes estándares modificados por ACD
- ✓ IVR's personalizados
- ✓ El 100 % de llamadas son registradas
- ✓ El 100 % de las llamadas procesadas son verificadas.
- ✓ Acceso Remoto de Supervisión de procesos.

3.7.2 Servicios Outbound (servicios de salida)

- ✓ Tele marketing
- ✓ Generación de listados
- ✓ Entrevistas de investigación de mercados
- ✓ Cobro de deudas
- ✓ Préstamos comerciales
- ✓ Servicios de hospitalidad
- ✓ Servicios de larga distancia
- ✓ Servicios de telecomunicación comerciales
- ✓ Charla en vivo y correo electrónico

3.7.3 Servicios Inbound (servicios de entrada)

Nearshore oferta todos los servicios que usted esperaría de un tele marketing moderno, la operación de información y reclamaciones.

3.7.4 Información y reclamaciones

- ✓ Soporte en facturación
- ✓ Enmienda de Información
- ✓ Preguntas acerca de cuentas
- ✓ Quejas y Resoluciones de Problemas
- ✓ Apoyo Bilingüe
- ✓ Proceso de reclamaciones

3.7.5 Soporte técnico

- ✓ Escritorio de Ayuda
- ✓ Solución de problemas

3.7.6 Servicio contestador

- ✓ Servicio llamada contestadora
- ✓ Información de Producto que Solicita
- ✓ 1-800 Servicio contestador

3.7.7 Respuesta Directa

- ✓ Ordenes por Catálogo

3.7.8 Recepción

No todos los clientes de *Nearshore* desean externalizar su negocio, ellos son bien cuidadosos con su información y adquieren un centro confiable, a bajo costo, etc. Uno de los clientes *Nearshore* es *Stream Global Services* que actualmente alquilan 500 asientos en Nearshore Tiradentes. A Stream Global Services se le proporciona toda la instalación eléctrica incluyendo equipos de oficina, seguridad, mantenimiento y transporte nocturno para su personal.

Los clientes que desean evitar manejar la nómina pueden externalizarlo a Nearshore para los honorarios nominales. La cantidad mínima es 25 asientos. Esto es un gran modo de probar República Dominicana sin el costo de capital principal. Los clientes como *Pacific Interpreters* alquilaron asientos de Nearshore durante 1 año antes de obtener el establecimiento de su propio centro de llamada en Santo Domingo.

3.7.9 Alquileres de Asientos

Se ofrece la oportunidad de alquilar asientos con o sin agentes y con los servicios complementarios siguientes siempre que es requerido:

- ✓ Reclutamiento
- ✓ Nómina
- ✓ Educación
- ✓ Supervisión y Dirección
- ✓ Garantía de calidad

- ✓ Apoyo IT

3.8 Cartera de clientes

Durante cuatro años de negocio Nearshore ha proporcionado un servicio de calidad a una cantidad de diversos clientes distinguidos, como son:

- ✓ Verizon
- ✓ Commerce Energy
- ✓ Genetic Engineering & Biotechnology News (GEN)
- ✓ Spark Energy
- ✓ Card Express International
- ✓ Marketlinkx Direct
- ✓ Global Tel
- ✓ Cordia
- ✓ AT&T
- ✓ Pacific Interpreters
- ✓ Legent
- ✓ Internet Speedway
- ✓ Dish Network
- ✓ National Small Business Alliance
- ✓ American Debt
- ✓ American Capital Advance
- ✓ Food Product
- ✓ Time Warner Cable

- ✓ Vonage
- ✓ Progressive
- ✓ Pay Day Loans
- ✓ Direct Energy
- ✓ Well Care

CAPITULO IV

Terremoto en Haití

El terremoto de Haití fue registrado el 12 de enero de 2010 con epicentro a 15 km de Puerto Príncipe, la capital. Según el Servicio Geológico de Estados Unidos, el sismo habría tenido una magnitud de 7,0 grados y se habría generado a una profundidad de 10 kilómetros. También se registraron una serie de réplicas, siendo las más fuertes de 5,9, 5,5 y 5,1 grados. La NOAA descartó el peligro de tsunami en la zona. Este terremoto ha sido el más fuerte registrado en la zona desde el acontecido en 1770. El sismo fue perceptible en países cercanos como Cuba, Jamaica y República Dominicana, donde provocó temor y evacuaciones preventivas.

Los efectos causados sobre el país más pobre de América Latina han sido devastadores. Los cuerpos recuperados a 25 de enero superan los 150.000, calculándose que el número de muertos podría llegar a los 200.000. También habría producido más de 250.000 heridos y dejado sin hogar a un millón de personas. Se considera una de las catástrofes humanitarias más graves de la historia.

4.1 Antecedentes históricos

La isla La Española, que comparten Haití y la República Dominicana, es sismológicamente activa y ha experimentado terremotos significativos y devastadores en el pasado.

Un sismo la estremeció en 1751 cuando estaba bajo control francés y otro sismo en 1770 de 7,5 grados en la escala de Richter devastó Puerto Príncipe por completo. De acuerdo con el historiador francés Moreau de San-Méry (1750-1819), "mientras que ningún edificio sufrió daños en Puerto Príncipe durante el terremoto del 18 de octubre de 1751, la ciudad entera colapsó durante el terremoto del 3 de junio de 1770".

La ciudad de Cabo Haitiano, así como otras del norte de Haití y la República Dominicana, fueron destruidas por el terremoto del 7 de mayo de 1842.

En 1946, un terremoto de magnitud 8.0 se registró en la República Dominicana, afectando también a Haití. Este sismo produjo un tsunami que mató a 1.790 personas.

Un estudio de prevención de terremotos realizado en 1992 por C. DeMets y M. Wiggins-Grandison estableció como conclusión la posibilidad que la falla de Enriquillo pudiera estar al final de su ciclo sísmico y pronosticó un escenario, en el peor de los casos, de un terremoto de magnitud 7,2, similar en magnitud al terremoto de Jamaica de 1692.

Paul Mann y un equipo de estudio presentaron en 2006 una evaluación de riesgo en la falla de Enriquillo en la 18ª Conferencia Geológica del Caribe en marzo de 2008. Tomando en cuenta la gran tensión, el equipo recomendó "de alta prioridad" los estudios históricos de movimientos sísmicos, como el de la falla, que fue totalmente bloqueada y había registrado algunos terremotos en

los últimos 40 años. Un artículo publicado en el diario *Le Matin* de Haití en septiembre de 2008 mostraba los comentarios citados por el geólogo Charles Patrick de que había un alto riesgo de mayor actividad sísmica en Puerto Príncipe.

4.2 Detalles y consecuencias inmediatas

Una de las consecuencias del terremoto fue el colapso de todas las líneas telefónicas, siendo fundamental el uso de Internet, mediante redes sociales como Twitter y Facebook, portales de vídeo como YouTube, e-mails y transmisiones vía web de radios y televisión. Las redes sociales en especial han sido ampliamente usadas para la obtención y difusión de información e imágenes del suceso.

4.2.1 Muertes

El Primer Ministro de Haití, Jean Max Bellerive, afirmó que temía que el balance por el potente sismo en su país podría superar las 140.000 víctimas, sin embargo la Cruz Roja dijo que las víctimas podrían llegar entre 45.000 y 50.000, aunque se confirmó una cifra de 200,000 víctimas, pues se hizo difícil poder contar el número de víctimas fatales debido a que los escombros invadían las calles y avenidas de Puerto Príncipe. Entre las edificaciones destruidas, como la sede de la ONU en Haití, se retiraron cadáveres de entre los escombros, pero alrededor de 150 funcionarios estuvieron desaparecidos. Le Roy, funcionario, dijo a periodistas que menos de 10

personas, "algunos muertos, otros con vida", habían sido extraídas de entre los restos del edificio de cinco plantas, sin embargo, al 14 de enero, al menos veintidós funcionarios de la Organización de las Naciones Unidas (ONU) murieron. El embajador de Haití ante la Organización de Estados Americanos (OEA), Duly Brutus, dijo que "docenas de miles de víctimas", pidiendo más que nunca ayuda a la comunidad internacional. "Nunca nuestro país ha necesitado tanto la ayuda de la comunidad internacional", dijo Brutus ante el Consejo Permanente de la OEA, que incluyó en su orden del día la cuestión de Haití para estudiar cómo ayudar a la isla.

El domingo 24 de enero de 2010, el gobierno de Haití anunció que se habían recogido y enterrado 150.000 cadáveres sólo en la capital, Puerto Príncipe, y sus alrededores pero que no se sabe cuántos permanecían bajo los escombros de edificios destruidos.

Entre las personalidades que fallecieron en el terremoto se encuentran Jimmy O. Barikad, artista de hip-hop haitiano y compañero musical del cantante Wyclef Jean, y el monseñor Joseph Serge Miot, arzobispo de Puerto Príncipe.

4.2.2 Fuerzas de las Naciones Unidas

Todo el personal que se encontraba en el edificio de las Naciones Unidas pereció, incluyendo el jefe de la misión de la ONU, Hédi Annabi, quien estaba reunido con una delegación china en el momento del desastre. Dicha

información fue confirmada tanto por el presidente de Haití, René Preval así como del Ministro de Asuntos Exteriores de Francia Bernard Kouchner.

Unos 150 trabajadores de la ONU se encontraban desaparecidos, entre ellos el subjefe de la misión, Luiz Carlos da Costa. Unos 25 cascos azules han fallecido y unos 23 están desaparecidos.

4.2.3 Heridos

Debido al gran número de heridos por el terremoto, muchas personas tuvieron que ser trasladadas a la República Dominicana, donde decenas de personas gravemente heridas llegaban en caravanas al hospital de Jimaní, en el oeste de República Dominicana, una pequeña ciudad fronteriza con Haití. Mientras que autobuses desde Puerto Príncipe, llegaban al Hospital General Melenciano, con niños mutilados y decenas de hombres, mujeres y ancianos con extremidades o cráneos fracturados, ubicado a 280 km al occidente de Santo Domingo.

Desde tempranas horas del 13 de enero se empezaron a atender a los heridos, según el director de un centro de salud fronterizo con Haití, y se dijo que se habían atendido al menos 63 personas dentro de los cuales se encontraban varios niños y ancianos. Además varias ambulancias así como vehículos comunes fueron utilizados para transportarlos hasta el centro de salud, en donde se conformó un amplio equipo de médicos, paramédicos y voluntarios que heroicamente asisten a todas las personas.

El personal médico cubano en Haití también atendió a 676 heridos, confirmó el canciller cubano, Bruno Rodríguez.

Entre los heridos se encontraba un ciudadano canadiense que estaba atrapado bajo los escombros de un edificio en ruinas, pidió ayuda a través de un mensaje de texto desde su teléfono móvil. El ministro de Asuntos Exteriores, Lawrence Cannon, dijo durante una conferencia de prensa que habían recibido un mensaje de texto de un canadiense atrapado en los escombros y que sabían "donde estaba exactamente", sin dar más precisiones. También la hermana de Piedad Córdoba, Senadora de Colombia, Marta, se encontraba desaparecida. El Estado Mayor Conjunto de las Fuerzas Armadas de Argentina dijo que atendió el día después del terremoto a más de 850 heridos, en el único centro de salud disponible, donde además se han realizado más 85 operaciones de alta complejidad. En una parte de las instalaciones se habilitó como morgue una cámara frigorífica que usualmente se utiliza para acopio de víveres, asimismo, helicópteros de la Fuerza Aérea Argentina evacuaban heridos de gravedad a Santo Domingo.

4.2.4 Daños

Mientras muchas viviendas colapsaron tras el terremoto, otros edificios gubernamentales de construcción más sólida, como el Palacio Nacional se derrumbaron. Un hospital en Pétienville, un suburbio de Puerto Príncipe, donde se atienden diplomáticos y los haitianos más pudientes, se derrumbó producto del terremoto y la Catedral de Puerto Príncipe. También la ONU

confirmó que el cuartel general de la Misión de Estabilización en Haití, localizado en Puerto Príncipe, experimentó serios daños, al igual que otras instalaciones de la organización.

El general Mario Montoya, embajador de Colombia en República Dominicana, quien se encontraba en Haití, dice que "la situación estaba muy grave... no hay agua, no hay luz...". También algunas fuentes, como el noticiero colombiano CM&, dicen que podría ser uno de los terremotos y desastres naturales más fuertes en dos siglos.

Renzo Fricke, coordinador de Médicos sin Fronteras, le dijo a la BBC: "Hemos atendido a cientos de pacientes heridos. La mayoría ha presentado traumas, fracturas y quemaduras. Ninguno de los hospitales está funcionando, pues muchos colapsaron, carecen de personal o de medicinas".

Fernando Wance, desde Santo Domingo, le escribió a BBC Mundo: "En Haití, la situación es muy difícil y confusa. Amigos haitianos que residen aquí no han podido comunicarse con sus familias, no entran las llamadas, algunos que lograron comunicarse hablan de muchos heridos, y de hospitales que se derrumbaron. La ayuda apremiante son hospitales móviles".

4.3 Situación posterior a corto plazo

De acuerdo a numerosos informes, no solo muchas habitaciones sino también un gran porcentaje de los edificios públicos tales como hospitales, escuelas, estaciones de policía, oficinas de ministerios, iglesias, cárceles e

incluso morgues, etc. Fueron destruidos o dañadas de tal forma que no se pueden utilizar. Igualmente un gran porcentaje del personal cualificado fue fuertemente afectado. No habían bomberos funcionando ni infraestructura de comunicaciones. Por ejemplo, el principal muelle que servía al país era inoperable. El jueves siguiente al terremoto, el aeropuerto de Puerto Príncipe -que resultó dañado y cuya torre de control se derrumbó- dejó de aceptar vuelos debido a la saturación de la demanda y falta de combustibles.

De acuerdo a informaciones de Radio Metropole, las líneas de comunicación estuvieron en la presente situación: acceso a Internet (Hainet) no funcionaba. No hubo información sobre la red de ACN. El enlace (internacional) submarino de fibra permaneció operativo. El operador de telefonía móvil Digicel, dijo que su red en Haití empezó a funcionar de nuevo 3 días después por la mañana. Las empresas de líneas y de trabajo HAITEL Teleco funcionaron cuando no estaban saturadas. Sin embargo, muchas líneas o "secciones" de cables telefónicos se cortaron a través del país, por tanto, la comunicación a través de este medio no era fiable. La mayoría de las comunicaciones de Internet a través de satélite estaban funcionando.

De acuerdo a Channel 4, y debido a la escasez de agua potable y combustibles que hubo, el dinero dejó de ser útil en Haití: agua y gasolina se estaban usando como medio de cambio.

4.4 Desembarcos de emergencia.

Consecuentemente se temía que el país pudiera descender al caos, especialmente -en tal situación catastrófica- cuando la ayuda comenzaba a ser distribuida. Un panel de expertos concluyó: "La ONU y las organizaciones de ayuda confrontaron uno de los esfuerzos de ayuda más difíciles y potencialmente peligrosos"

De acuerdo a la BBC, La ONU también se preparó para mantener el orden y garantizar la seguridad en Haití. La organización temía que la desesperación de las víctimas pudiera dar paso a altercados si no llega pronto la ayuda.

Cinco días después del terremoto, las Naciones Unidas, en Ginebra, afirmaron que "el sismo en Haití es el peor desastre que haya confrontado la organización en términos de logística, debido al completo colapso del gobierno local y la infraestructura."

4.5 Países que ayudaron a las víctimas del terremoto.

12 días desde el sismo- periodistas en Puerto Príncipe informaron que la capital empieza a mostrar algunos signos de vida normal con puestos callejeros que empiezan a vender frutas y hortalizas y algunas tiendas y bancos que reabren. Sin embargo, funcionarios de organismos humanitarios recalcan que el tamaño de la destrucción no tiene paralelo. Según las últimas cifras oficiales, unas 1,5 millones de personas permanecen sin hogar y la ayuda tardó en llegar a todos los que la necesitaban, lo que provocó asaltos

a convoyes de suministros, etc., por parte de multitudes de víctimas que, en su desesperación, intentaban conseguir algunos bienes esenciales -Decenas de miles no tenían acceso a agua, comida o medicinas. Tres millones de personas (de un total de alrededor de diez millones) dependían de la ayuda humanitaria.- Algunos expertos estiman que la reconstrucción de la nación podría tomar al menos una década. En el lado positivo, el aeropuerto ha estado funcionando - 150 vuelos al día, con otros mil quinientos a la espera- Se ha establecido un corredor de transporte desde República Dominicana y el puerto está siendo rehabilitado.

4.6 Reacciones y ayuda

Poco después del terremoto que azotó al país, la ayuda humanitaria no se hizo esperar, tanto como los Estados Unidos, países latinoamericanos y europeos, la Cruz Roja Internacional, la Secretaría General Iberoamericana, el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), el Fondo Monetario Internacional (FMI) y el Banco Mundial (BM) entre otros, enviaron dinero, alimentos, voluntarios, bomberos, expertos y hasta perros especializados en búsquedas para asistir al país caribeño.

CAPITULO V

Análisis de la situación actual de los niños entre 0-5 años de edad

Luego de esta tragedia la población más afectada son los niños y niñas, esto basado en una investigación hecha por "Pequeño manual verde sobre desastre".

Este estudio señala que en la fase inicial de toda catástrofe o desastre, los niños son la parte más vulnerable, ya que corren el riesgo de ser abusados y ser explotados por personas sin ninguna piedad y conciencia, ni amor por los demás; ni si quiera por personas de su misma nacionalidad. Otros se aprovechan de las leyes y se burlan de ellas. Algo que también preocupa mucho después de una catástrofe es el sistema educativo en los próximos meses.

Los niños siempre serán los más vulnerables en esta clase de situaciones, porque luego del desastre viene el dolor de haber perdido a sus seres queridos, extraviados o abandonados, la ira de no entender lo que ha pasado, lo que está pasando, la culpabilidad por lo ocurrido. Son muchos los problemas psicológicos que se presentan, al igual que las necesidades físicas, a estas últimas es a las que más atención se le presta, junto a las necesidades cognitivas o emocionales de todos los niños

La investigación o estudio concluye con lo siguiente, los niños, niñas y jóvenes, por lo general no están involucrados en la respuesta y rehabilitación

tras un suceso de esta índole, situación contradictoria si se toma en cuenta que son el segmento poblacional más amplio y también el más vulnerable. Según la organización, existen pocos ejemplos de desastres que consideren las necesidades especiales que tienen los niños y niñas, pese a ser entes claves en el proceso de recuperación. Según una nota del plan internacional, aun se desconoce la cantidad de niños y niñas apadrinados por las instituciones, aun no se sabe la cantidad de niños muertos, heridos o desaparecidos en consecuencia de esta catástrofe, pero es preciso decir que el daño y las lecciones son considerables, también las pérdidas de vidas. El mayor riesgo y la mayor cantidad de daños y pérdidas humanas se localiza al sur de la capital de puerto príncipe, en una localidad llamada Jacmel.⁸

5.1 Situación actual niños 0-5 años de edad

Luego del terremoto, muchos niños quedaron en la orfandad, otros están ubicados en refugios, albergues, hospitales y en las mismas calles. Muchos de estos rodeados de un espacio lleno de promiscuidad, sin la más mínima delicadeza de salubridad, en completo hacinamiento. Se encuentran en un peligro muy eminente y es el de ser prostituidos, abusados, etc.

Muchas instituciones están preocupadas por estos niños y por la precaria situación y peligro en el que se encuentran, han sido muchos los empresarios, iglesias, pastores, gobiernos e instituciones las que están tratando de solucionar todo este problema y de brindarles la protección

⁸ Periódico Clave Digital, miércoles 20 enero 2010, página 33, lateral izquierdo.

necesaria, tanto física, como Psicológica. La situación de todos estos niños, especialmente en las edades comprendidas entre 0-5 años es muy triste.

Todos estos infantes no solamente han sufrido de manera física, por si fuese poco, sufren de hambre, frio, miseria y sobre todo del amor y la presencia de sus padres o de familiares. Muchos de ellos no entienden las razones de lo que pasó y de lo que está pasando, ni pueden comprender en medio de su desolación, desorientación y dolor el porqué de todo esto. Es una labor de todos y especialmente de las instituciones de ayuda a proteger de manera física y mental de todos estos niños.⁹

Varios de estos infantes que ya estaban en proceso de adopción antes del terremoto del 12 de enero 2010, fueron los primeros niños apartados para ser atendidos y ser enviados prontamente a las familias a las cuales ya estaban asignados. Instituciones como UNICEF están haciendo su mejor esfuerzo para proteger a todos los niños afectados por el terremoto, enfocados especialmente en los que aun no pueden valerse por si solos, entre ellos están incluidos la atención especial a niños de 0-5 años.¹⁰

El último recurso adoptado por UNICEF para los que se quedan en Haití y no estaban, ni se encontraban en un proceso de adopción, tampoco vivían en alguna aldea, sino que con su familia, el último recurso será el de la

⁹ http://www.diariolibre.com/noticias_det.php?id=234792

¹⁰ <http://www.eldeber.com.bo/2010/2010-02-21/vernotaahora.php?id=100220220510>

adopción, esto se hace para dar tiempo a algunos familiares de reclamar a estos niños.

UNICEF está trabajando de manera permanente con los que están vagando solos por las calles de Puerto Príncipe, ya sea porque han perdido a sus padres, porque se han extraviados o porque han sido abandonados a su suerte. La portavoz de UNICEF Veronique Taveau en una rueda de prensa expreso: " en este tipo de emergencias, los niños desgraciadamente son los más vulnerables, especialmente aquellos que han sido abandonados. Tememos que se puedan producir tráfico de niños ". La misma dejó muy en claro que UNICEF ha estado y estará siempre en la posición de ayudar humanitariamente y de ayudar a la reunificación familiar.

El director de la UNICEF Andrés Franco también habló sobre el tema y dijo que lo primero es encontrar a todos los niños afectados por el sismo y que sufrieron daño psicológico, que la situación de la adopción es bastante prematura.

Este proceso de rescatarlos también está canalizado conjuntamente con la ONU y organismo como Save The Childrens (Salvemos los Niños) y la ayuda de varios hospitales, albergues y campamentos. Según la UNICEF el 48 % de la población haitiana era menor de 18 años antes del terremoto.¹¹

5.2 Quienes colaboran a las donaciones

¹¹ <http://www.ain.cubaweb.cu/2010/enero/21edhuerfanos.htm>

Es una lista interminable los que colaboran para mermar un poco la situación que está viviendo la población haitiana, entre los colaboradores de esta causa se pueden mencionar los siguientes:

1. Nearshore Call Center Services
2. UNAPEC
3. Centros Bonó
4. CEFASA
5. Fundación Justicia y Transparencia (FJT)
6. Orange (donación por mini mensajes)
7. Pricesmart
8. Centro León
9. Centro Bellarmino
10. CESAL
11. UNPHU
12. UTESA
13. UASD
14. UNICARIBE
15. UNICEF
16. ONU
17. Asociación Dominicana de Naciones Unidas (ANU-RD)
18. FUNGLODE
19. Sur Futuro
20. Consulado Dominicano en Haití

21. Grupo de Estudiantes de Derecho de la Universidad Iberoamericana (GRED-UNIBE)
22. BID
23. OEA
24. UE
25. Varias ONGs
26. El gobierno de los Estados Unidos y muchos de sus habitantes.
27. Unión Europea
28. Gobierno Dominicano y muchos de sus habitantes
29. Cadenas de televisión nacionales e internacionales, a través de maratones o contribuciones
30. El gobierno de Francia y algunos de sus habitantes.
31. El gobierno Mexicano y algunos de sus habitantes.
32. Gobierno de Cuba.
33. Varios artistas latinos como: Shakira, Thalía, Ricky Martin, Juanes, Lucero, Mijares, Paulina Rubio, Alejandra Guzmán, Luis Fonsi, La quinta Estación, etc.
34. Artistas internacionales: Steve Wonder, Cristina Aguilera, Beyonce, Jay Z, Justin Timberlake, Madonna, entre otros.
35. Personalidades del Séptimo arte como Angelina Jolie y Brad Pitt, Jessica Alba, Jennifer Aniston, entre otros.
36. Las redes sociales como Twitter y Facebook han hecho también sus donaciones

37. Paginas como Google y Yahoo
38. Microsoft Corp. Y Apple.
39. Cruz Roja Nacional e Internacional.
40. Programa Mundial de Alimentos (PMA)
41. Manos Unidas (Banco Santander EF: EMERGENCIA HAITÍ)
42. Plan España
43. Médicos sin Fronteras
44. Intermón – Oxfam
45. Care
46. Ayuda en Acción
47. Campana Caritas
48. Lambi Fund
49. Mercy Corps
50. Red Cross
51. The Internacional Rescue Comité
52. Without Borders
53. World Food Program
54. Partners in Health
55. Alianza Bolivariana de las

Entre muchos tantos más. La devastación de Haití fue enorme y el Presidente Dominicano Leonel Fernández Reina, dijo que las perdidas en Haití se calculan en unos 10,000 millones de dólares.

5.3 Requerimientos para aportes y Donaciones

Embajada de la República de Haití

1. Las donaciones sean por lote completo o Paletas
2. De ser alimentos de larga vida, que la fecha de vencimiento no sea inferior a tres meses
3. Agua embotellada, potabilizadores de agua, filtros, bombas
4. Medicamentos por lotes completos de empresas y laboratorios debidamente identificados y registrados.
5. Los americanos que hagan donaciones a los damnificados de Haití pueden reclamarlas en sus declaraciones de impuestos de esa misma temporada.¹²

5.4 Sobre las ayudas a los niños por parte de UNICEF¹³

Alrededor de 50 personas directas de UNICEF se encargaban de descargar los camiones repletos de ayuda, muchos de ellos con comida y otros conteniendo botiquines de higiene personal y de primeros auxilios. Estos 50 trabajadores unen sus esfuerzos día a día repartiendo las ayudas, principalmente en las capitales de Puerto Príncipe y Jacmel, dos de las localidades más afectadas por el terremoto. Entre las ayudas también están incluidas colchas y frazadas para favorecer a 3,000 niños y niñas que están alojados en los centros para damnificados en la ciudad de Puerto Príncipe.

¹²<http://www.infobae.com/general/496240-0-0-Recomendaciones-agilizar-las-donaciones-Hait%ED>

¹³ http://www.unicef.org/spanish/infobycountry/haiti_52719.html

5.5 Las tiendas de almacenamiento

Las ayudas se almacenarán en 3 tiendas de compañías lo suficientemente grandes. Todas estas tiendas contarán con una gran capacidad de almacenamiento no solo para comida, sino también para equipo médico y todo aquello que la comunidad Haitiana pudiera necesitar. En estas tiendas son colocadas todas las ayudas que provienen tanto por aire como por tierra. Todas estas ayudas provienen directamente desde los centros de UNICEF ubicados en la República Dominicana, Copenhague (Dinamarca) y de otros centros UNICEF.

Las ayudas llegan por el aeropuerto de puerto príncipe, la capital de Haití, el personal de UNICEF es el encargado de descargar toda la ayuda, entre las donaciones llegan suplementos, proteínas, papillas, leche en formula, leche líquida, agua, etc. Para cubrir la necesidad de alrededor de 50,000 niños y niñas afectados por el sismo. Distribuir las ayudas por parte de UNICEF ha sido un poco difícil, debido a que, los centros de UNICEF fueron severamente dañados por el sismo, es por eso que se han improvisado tres carpas de unos 254 metros cada una , es las que se almacena toda la ayuda de manera calificada.

5.6 Personal de ayuda

Han llegado voluntarios de todas partes del mundo para ayudar a los afectados del sismo en el vecino país de Haití. Estos voluntarios se encargan

de atender a todos los niños y niñas, darles apoyo, tanto físico, como psicológico, consolarlos, alentarlos, aconsejarlos para que vuelvan a la escuela, para que no dejen de estudiar o que vuelvan lo antes posible a la escuela. Este personal no solo se encarga de atenderlos, también se trasladan a los hospitales, clínicas, hogares o cualquier refugio donde se encuentren las personas que necesitan alguna ayuda, asegurando de un todo de que estas personas reciban agua potable, atención médica, comida y algunas otras cosas más.

5.7 Condiciones sanitarias de los niños y niñas de Haití afectados por el terremoto.

Las condiciones sanitarias es un tema bastante preocupante, ya que los niños se encuentran rodeados de cadáveres, poseen heridas infectadas, traumas, etc. Exactamente un día después del sismo, fue ubicado en la zona de salud pública de Puerto Príncipe, un hospital provisional que cuenta con un laboratorio y hasta un quirófano. El Dr. Van Berlaer, quien fue quien estableció este Hospital tipo campaña, afirmo que el 80 % de los pacientes atendidos son niños y niñas menores de 14 años de edad. En los días posteriores al sismo los pacientes eran atendidos por fracturas, roturas de huesos o traumas, luego de que fueron pasando las semanas, fueron demandando de necesidades diferentes y atenciones más especiales.

A consecuencia del hacinamiento en el que viven los niños y niñas afectados por el terremoto, les asecha el peligro de contraer alguna enfermedad,

bacteria o virus mortales. Cuando ocurren esta clase de eventos (sismos), son muchas las enfermedades y epidemias que se desatan, donde los más vulnerables son los niños. En las carpas, campamentos o refugios donde están ubicados estos niños y niñas carece en gran manera el agua por lo que el saneamiento y salubridad no son llevados de manera correcta o por lo menos de manera habitual. Para poder prevenir un poco la mortandad de los infantes, muchos de estos niños y niñas son vacunados.

Se ha lanzado una campaña de vacunación, donde se calcula vacunarán a unos 500,000 mil niños y niñas de 0–7 años. Estas vacunas los inmunizan y los protege contra enfermedades como el sarampión, tétano, varicela o Rubéola, fiebre tífus, tos ferina, entre otras muchas enfermedades más.

Se han establecido campañas específicamente para bebés en el área de Puerto Príncipe, dichas campañas están habilitadas con personal médico especial y todo lo que los pequeños infantes necesitan. Este tipo de campañas son muy necesarias, ya que la población de niños en Haití es muy grande. En estas tiendas de campañas no solo se encuentran bebés y niños huérfanos, sino también hay madres acompañadas de sus propios hijos donde allí le dan todo lo que ellas o los pequeños necesitan y obtiene las atenciones sanitarias correctas.¹⁴

¹⁴ http://www.unicef.org/spanish/infobycountry/haiti_52719.html

5.8 Temas preocupantes

- Las epidemias que podrían desatarse en cuestión de días y que combatirlas durarían años.
- La desnutrición
- Localizar a los niños que deambulan por las calles o que están en hogares provisionales.
- Los traumas psicológicos
- Las lecciones físicas
- El maltrato físico Vs Psicológico
- El tráfico de niños y niñas
- Las adopciones de manera apresurada
- El tema escolar
- Las condiciones sanitarias,
- La repartición de las ayudas, incluyendo los suministros médicos
- Entre otras

5.9 ¿Cómo tratar desde el punto psicológico los efectos de daño hecho por el sismo en los niños de Haití?

Una especialista de UNICEF llamada Tamar Hahn (UNICEF Panamá), reflexiona sobre esto.

Una semana después de que Tamar Hahn estuviera trabajando en Puerto Príncipe, llegó el momento de su partida a casa. Para Tamar Hahn haber

atravesado por esa experiencia fue algo bastante difícil, traumatizante y terrible, salir de Puerto Príncipe fue de igual manera problemático. Debido a que cientos de haitianos se amontonaban en la entrada del aeropuerto buscando la manera de salir de Haití y partir hacia Europa y Norteamérica. Para ella lo difícil no era la dificultad de salir por motivos del amontonamiento de personas, lo difícil para ella era dejar atrás a sus compañeros de UNICEF y ver que el trabajo que había que ejercer en Haití para sacar adelante a los niños y niñas era enorme. Dice Tamar Hahn que la peor entrevista que tuvo que abordar luego de haber llegado a su hogar fueron las preguntas de su hijo Jacob.

5.10 ¿Cómo se puede explicar la realidad de lo que paso en Haití a un niño de 5 años Haitiano o a cualquier otro niño de cualquier nacionalidad?

Encontrar las palabras específicas o exactas para llevar a camino el entendimiento de un niño ante una situación como esta es bastante difícil. Una buena manera es inculcarle el sentido de responsabilidad y de ayuda, que en momentos así debe existir la unión sin fronteras, que es necesario brindar una sonrisa y se debe instruir al niño a que ayude a recuperar la infancia de los demás niños.

5.11 ¿Qué está pasando con esos niños que deambulan por las calles?¹⁵

Esta es una situación que preocupa bastante, ya que, los pequeños se ven en el peligro de ser maltratados, abusados, u objeto de cualquier mente enferma o criminal. Instituciones como UNICEF se está encargando de recogerlos y ubicarlos en tiendas de campañas o en hogares provisionales, es un esfuerzo en conjunto a favor de los más vulnerables. Este proceso incluye investigar la identidad de todos dentro de sus posibilidades, luego de saber la identidad los mismos serán enviados a centros de atención de manera temporal donde los tratarán médicos especializados en trastornos y traumas emocionales. Muchos de estos debido al shock causado por el terremoto han olvidado donde está su domicilio o residencia, otros que recuerdan donde viven son llevados a sus casas y al llegar no encuentran a nadie y a veces no encuentran nada, solo escombros y desolación.

Las tiendas de campañas que se ha levantado para darles también cuenta con el apoyo de instituciones religiosas, de algunas empresas y las mismas están aprobadas por las Naciones Unidas. En estas tiendas de campañas solo se ubican a los niños que realmente lo necesitan.

¹⁵ http://www.unicef.org/spanish/infobycountry/haiti_52628.html

Inmediatamente acontecido el terremoto instituciones como UNICEF, Naciones Unidas y varias ONG´s y el programa mundial de alimentos unieron sus esfuerzos por los más vulnerables, los pequeños. Estas instituciones se han encargado de lanzar campañas para salvar las vidas de los que más lo necesitan, tomando en cuenta la magnitud de las necesidades prioritaria de cada uno de los infantes. Estas campañas han sido un éxito porque han logrado mermar. Dichas instituciones se encargan de todo lo concerniente a la repartición de alimentos, ayuda física, médica, p sicológica, etc. Todo están enfocados en una sola cosa: La supervivencia.

Los trabajadores humanitarios y voluntariados en Haití declaraban que cada día llegaban más ayudantes a auxiliar a los afectados, cada vez era mayor el número de personas y niños afectados por la catástrofe. Muchas cuestiones afectan a los pequeños en desastres como estos y las alianzas estratégicas con otras instituciones son las que establecen la confianza y a ser más eficaces en cuanto a lo que se está realizando.

5.12 Los Puntos de Asistencia

Los Puntos de Asistencia que Nearshore facilitará serán ocupados por los niños que no tienen a dónde ir, servirán como centros de asistencia en donde se tendrá disponible agua, medicina y raciones de comida. También escuelas temporales y zonas en donde los niños puedan recrearse, ayudando así a reducir la tensión psicológica y social que experimentan los infantes durante y después de la tragedia. Sera un espacio seguro en donde los pequeños

podrán crear, colorear, cantar, jugar aprender de una manera sana y divertida. Recibirán la asistencia de psicólogos expertos y entrenadores los cuales utilizaran sus herramientas para descubrir sus sueños, sus valores y sobretodo sus emociones.

Para el proyecto se tomará en cuenta que casi la mitad de los haitianos no son mayores de los 18 años y que este tipo de decisiones es fundamental, pues presenta una protección para los más desamparados.

Se darán los servicios de búsqueda de familiares perdidos, asesoría en nutrición, asistencia tanto en la parte psicológica como en la médica. Se tiene contemplado establecer 15 puntos de asistencia para ofrecer la ayuda antes mencionada.

5.12.1 Protección y Suministros

El sismo se encargó de convertir lo que ya de por si era una zona desesperadamente pobre en una lamentable situación de emergencia humanitaria.

La ayuda llega a su destino todos los días ya sea por aire o por tierra. La labor de distribución de alimentos, botiquines, agua potable mejoró durante el tiempo, pues al principio se dieron algunos casos de caos total, lo que impidió que la labor se lograra efectivamente y al más necesitado, todo un desafío.

Miles y miles de nacionales haitianos escaparon y aun escapan de allí con todas sus pertenencias, huyen al campo a esconderse hasta que se presente una oportunidad y darse a la fuga.

El destino que les ha quedado los ha hecho unirse más. Uno de los casos es el de un señor que ha llevado un generador de energía el cual es utilizado para cargar teléfonos celulares, así mantenerse comunicados con sus seres queridos.

Mientras que la mujeres cocinan en fogatas todo tipo de comida que logan encontrar. Se han establecidos comités para coordinar toda la ayuda y manejar las necesidades con más urgencia.¹⁶

Los casos de violencia y saqueo en algunas zonas empeoraron, pues al pasar los días las personas estaban más y más desesperadas por recibir la tan esperada ayuda. No se deja de mencionar la grandiosa capacidad que han tenido para reponerse de la tragedia.¹⁷

5.12.2 Adopción después del terremoto

Después de la tragedia ocurrida, este es un tema muy delicado y de manejo especial. Las autoridades de Haití lo han visto como un problema, pues el temor de la salida de infantes del país debe conllevar un procedimiento legal adecuado y óptimo.

¹⁶ Oronti, Thomas. CEO Nearshore Call Center Service

¹⁷ Franco, Roberto. Business Relationship Manager, Nearshore Call Center Services

La adopción es una opción para muchos que han perdido a sus familiares y han quedado solos, pero tendría que dársele tiempo a estas decisiones ya que algunos aun buscan a sus parientes y tienen una esperanza. Hay que ser bien cuidadosos, estos niños ahora son muy vulnerables a la explotación y el abuso por parte de otras personas. Se han destinado seguridad especial en los aeropuertos para evitar la salida de niños no documentados por parte de UNICEF.¹⁸

UNICEF se ha centrado en cómo darle protección a los más vulnerables. El problema es fundamental, dado que casi el 40% son menores de 14 años, se harán todos los esfuerzos posibles para reunir a los niños y niñas con sus familias. Existe un proceso de identificación para llevar a cabo las adopciones",¹⁹añadió.

Para los proyectos que se implantarán, lo más importante es trabajar con los infantes expuestos a la desnutrición, traumas emocionales, enfermedades, explotación sexual entre otros. Muy importante es el abordar tanto la salud física como la salud mental.²⁰

La razón principal por la cual se toman estas medidas y el esfuerzo por una pronta recuperación de los infantes es para evitar la separación innecesaria de parientes, familiares, amigos cercanos. Esto evita que el trauma sea a menor escala.

¹⁸ Hales, Chris. COO Nearshore Call Center Services

¹⁹ Bissel, Susan. Jefa de Protección Infantil de UNICEF

²⁰ Oronti, Thomas CEO Nearshore Call Center Services

5.12.3 Protección del niño y los derechos del niño

1. Derecho al juego.
2. A la libertad de asociación y a compartir sus puntos de vista con otros.
3. A dar a conocer sus opiniones.
4. A una familia.
5. A la protección durante los conflictos armados.
6. A la libertad de conciencia.
7. A la protección contra el descuido o trato negligente.
8. A la Protección Contra el Trabajo Infantil.
9. A la información adecuada.
10. A la Libertad de Expresión.
11. A la Protección Contra la Trata y el Secuestro.
12. A conocer y disfrutar de su cultura.
13. A la protección contra las minas terrestres.
14. A la protección contra todas las formas de explotación y abuso sexual.
15. A la intimidad
16. A crecer en una familia que les dé afecto y amor.
17. A un nombre y una nacionalidad.
18. Alimentación y la nutrición.
19. A vivir en armonía.
20. A la diversión.
21. A la igualdad.

5.12.4 Apoyo psicológico a niños en estado de emergencia

Los infantes, luego de una pronta recuperación, pero traumatizados por su estado físico, con piernas y brazos fracturados, descansan luego de largas horas de operación para devolverles un poco de lo que antes tenían. Lucían ávidos de espacio. De primera intención se tenía una sensación de que estaban molestos o incómodos y por qué no, hasta aburridos de estar allí. Los niños por naturaleza les gusta estar corriendo y jugando, pero las heridas requieren reposo para su pronta recuperación.

Todos sonreían, incluyendo a los más adoloridos físicamente. Platican con una gran normalidad y afirman que están muy bien. Agradecen con una gran sonrisa a los doctores y personal médico que se ha encargado de salvarles la vida. Lo cierto es que por más capacidad de recuperación, se pueden dar síntomas psicológicos posteriores. Los recuerdos, pesadillas, momentos vividos pueden llegar a la mente de estos infantes en cualquier momento, afectándolos y haciéndolos perder la capacidad de concentración.

Dentro del proyecto los puntos de asistencia, se tiene desarrollado un set de actividades en la cual se incluyen cuentos, canciones, etc. Diseñados para trabajar con esos niños que han tenido que pasar por este evento traumático.

Esos niños deben estar haciendo actividades, jugando, divirtiéndose sanamente, aprendiendo y capacitándose. Así mismo enseñarles como protegerse, comportarse, resolver sus propios problemas, como ayudar a sus

padres y familias, etc. En fin, enseñarles como vivir seguros y con bienestar.²¹

5.12.5 Entrenamiento de voluntarios haitianos

Dentro de las personas que forman parte del personal de Nearshore Call Center Services, existe un grupo de nacionalidad haitiana que puso en disposición de ser entrenados en primeros auxilios, apoyo psicológico y emocional a los niños que lo necesiten. Han colaborado en la ayuda, pues tienen la capacidad de hablar su principal idioma que es el creole, así como traducir a la hora que se necesite entregar ayuda.

Luego de haber sido puesta en marcha la propuesta, esos niños volverán a la normalidad una vez que todas y cada una de sus necesidades básicas sean satisfechas. La seguridad contada como una de las más importantes.

²¹ Tapia, Jacqueline. Manager Recursos Humanos Nearshore Call Center Services

CAPITULO VI

Campaña Social

En este capítulo se desarrolla el diseño de la campaña social de *Nearshore call center* a favor de los niños haitianos entre 0-5 años de edad afectados por el terremoto en Haití el 13 de enero del 2010.

6.1 Definición de campaña social

Está integrada por un conjunto de programas e ideas sociales que ayudan a la reflexión de un producto, servicio o causa, con el fin de marcar un cambio positivo en los individuos expuestos al mensaje, logrando con esto una transformación social positiva. En esto el comportamiento del individuo y su disposición debe ser de manera voluntaria.²²

Se hace esto porque es necesario y porque es un deber. Es deber de todos ayudar a los demás y más aun cuando se trata de seres pequeños indefensos que no tienen la culpa de nada y no entienden porque pasan algunas cosas. Es un deber hacerlos sonreír, no solo una tarde, es un deber ayudarlos y hacerlos sonreír siempre, son niños solos; si no les damos ayuda y los hacemos sentir mejor ¿quién lo hará?

²² Marketing social, Teoría y práctica. De: Luis Alfonso Pérez Romero. Pearson Prentice Hall, Pagina 3.

Esto es un compromiso con la vida, con la niñez, con la humanidad, es un compromiso sobre todo con Dios, quien es la más perfecta definición de amor y quién dice que estamos hechos a su imagen y semejanza, entonces vamos a dar amor y cambiemos la vida de cada niño y enseñarles a ellos a que hagan lo mismo, enseñarlos a ser felices a los demás niños y ayudar de todas las maneras posibles.

No hay nada más hermoso que ver la sonrisa de un niño, ver sus ojos como se convierten en sol y si eso lo podemos hacer nosotros lo haremos, porque podemos hacerlo, queremos hacerlo y disfrutaremos segundo a segundo esos momentos.

6.1.1 Objetivo General

Dar apoyo y servir de ayuda al crecimiento a los niños de 0 – 5 años afectados por el terremoto en Haití año 2010.

6.1.2 Objetivos Específicos

1. Conocer las necesidades de los niños en edades comprendidas de 0-5 años de edad en Haití.
2. Determinar la magnitud de los daños causados por el terremoto en Haití
3. Evaluar las posibles maneras de ayudar a los infantes en edades comprendidas 0-5 años de edad.

6.1.3 Blanco de Público

Esta causa va dirigida a toda entidad tanto privada como pública, profesionales en el área de salud, ONG´s y cualquier persona interesada en unirse a la causa.

6.1.4 Patrocinadores

Nearshore Call Center Services (Nearshore centro de servicios de llamadas)

6.1.5 Donadores

Los donadores para esta causa son:

- Empleados de Nearshore Call Center Services quienes aportarán un 2% de su sueldo durante el desarrollo de la campaña.
- Socios y ejecutivos, los cuales aportaran un 5% de su sueldo.
- La Empresa Nearshore Call Center Services donará recursos monetarios y de persona para implementación y desarrollo de la campana social.

6.1.6 Colaboradores

Los empleados de Nearshore Call Center Services.

6.1.7 Agente de Cambio

La fundación Nearshore Protégelos de Noche y de día, es la encargada de lograr los objetivos de esta campaña.

6.2 Mezcla del Marketing Social

Esta campaña tiene como objetivo impactar de manera positiva y profunda a las organizaciones públicas y privadas y a toda persona jurídica a creer en las campañas sociales y que todas las ayudas se canalizan de manera correcta.

6.2.1. Producto Social

Esta parte se relaciona mucho con el resultado de la ayuda, ver el objetivo materializado y el resultado siempre es bueno planearlo a corto plazo en este caso y si va hacer a un mediano plazo, se debe procurar que los resultados sean sorprendentes. El producto intangible es presentado en los siguientes niveles:

- El beneficio esencial: es suplir todas las necesidades de estos pequeños en el menor tiempo posible.
- Producto esperado: ya definidas las necesidades más prioritarias se canalizaran las ayudas y se procederá a satisfacer dichas necesidades, como son principalmente, agua, comida, medicamentos y techo.

- Producto aumentado: esto se refiere a todas las modificaciones que se le puede hacer a un producto y en este caso se trata de los diferentes usos que se le puede dar a las ayudas. Por ejemplo: una sabana grande se puede armar como carpa, agregarle al agua unas gotitas de limón para evitar infecciones en los niños más pequeños, etc.

6.2.2. Precio Social

Esta parte entran todos los donantes como Nearshore que se unen y que podrían colaborar a la causa con sus donaciones materiales y de personal.

Aquí se evaluará lo siguiente:

- El valor de las ayudas
- El valor de los servicios y del personal muchos de los cuales no tienen valor no es cuantificable, porque corresponde al tiempo que muchas personas emplean en ayudar y muchos de ellos se entregarán a tiempo completo a favor de la causa para ayudar en lo más que puedan a los niños. El personal deberá estar perfectamente entrenado y calificado para enfrentar esta clase de retos.

Las funciones del marketing de social en la fijación de precios abarcan algunos puntos en este caso:

- La función de accesibilidad: toda la ayuda debe estar al completo alcance, esto es muy necesario e importante, ya que la prioridad aquí son los niños, estar hidratados y a salvo de cualquier infección o bacteria. Es muy importante que las ayudas estén lo suficientemente accesibles para evitar la mortalidad de muchos de estos pequeños.
- La función de posicionamiento del producto: las personas encargadas de canalizar los medicamentos y medicinas deben asegurarse de explicar a la población como se debe llevar la administración de dicho medicamento. Todo el personal debe explicar los usos correctos de todas las ayudas.

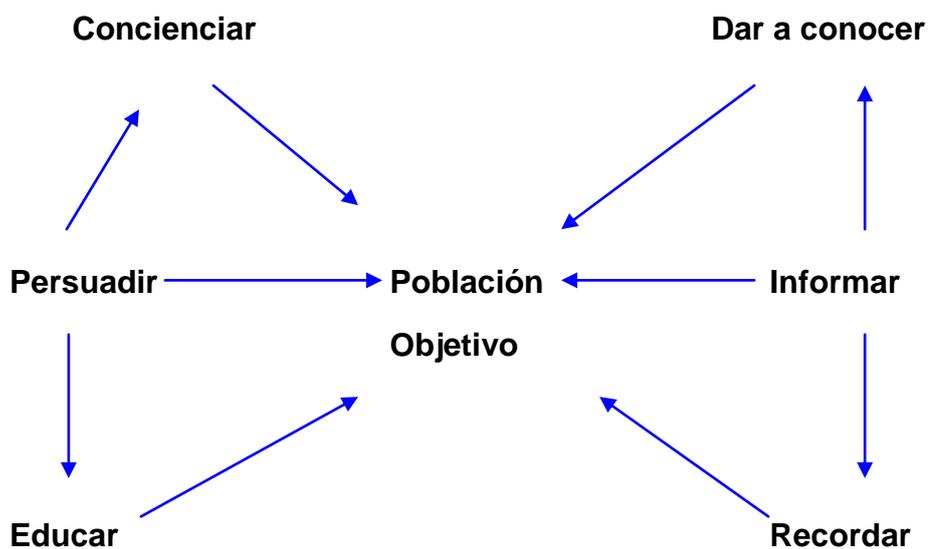
6.2.3. Plaza Social

Aquí se concentra y se canaliza toda la ayuda que se ofrecerá a los niños. Es el área geográfica donde se llevará a cabo la repartición de la ayuda, que en este caso es Haití. Es muy difícil en esta clase de catástrofe tener un área de descarga y almacenamiento de las ayudas porque todo está destruido y lo que no está destruido se encuentra en muy malas condiciones. Se nombrará una persona que investigue cuales son las necesidades más urgentes de los niños y cuando todas esas prioridades estén definidas se procederá a llevar la ayuda.

6.2.4. Promoción Social

Se trabajará con los padres de los niños haciéndoles tomar conciencia sobre el aprovechamiento de las ayudas y de su buen uso. Se les hará tomar conciencia, se les informará, educará y se les recordará lo importante que es el uso correcto de las ayudas para el bienestar de sus niños.

La función de la promoción en una campaña social es la siguiente:



- Dar a conocer: este es uno de los pasos principales. La población debe saber donde se están canalizando las ayudas para los niños.

- Informar: se les informará a los padres con cuales ayuda o clase de productos se cuenta para ayudarlos e informarles sobre el uso correcto de los mismos.

- Recordar: se les recordará de manera constante a los padres de los niños el uso correcto de las ayudas, muy especialmente de las medicinas.
- Educar: educar a la población sobre los usos correctos de las ayudas y que no la desperdicien. Enseñarles de manera encarecida el valor de las ayudas que se les brindará para sus pequeños.
- Persuadir: no es suficiente informar y persuadir a los padres, sino marcar un cambio positivo en su comportamiento frente a estas causas para que puedan ayudar de mejor manera a sus niños.
- Concienciar. Todos los padres deben hacer conciencia sobre la importancia que tiene llevar la ayuda directamente a sus hijos, es penoso decirlo, en esta clase de tragedias muchos padres venden las ayudas que le toca a sus hijos para obtener por esto beneficios que ni siquiera son para sus hijos, sino para ellos mismos.

6.2.5 Medios de comunicación

La campaña de ayuda a niños afectados por el terremoto en Haití, en edades comprendidas entre 0 – 5 años se llevará a cabo por medio a algunas vallas ubicadas de manera estratégica en las principales avenidas de la ciudad de Santo Domingo Norte y Santo Domingo Este y en los cines Caribbean. También se proyectará en dos programas de radio.

- El anuncio que se proyectará en estos medios será un llamado a la conciencia para ayudar a aquellos más vulnerables.
- Cobertura de la audiencia: el programa El Gobierno de la Mañana es escuchado por más de la mitad de la población dominicana, lo cual ayuda a lograr el impacto objetivo.
- Requisitos del mensaje: este será un mensaje que apele no solo a la conciencia, sino a humanizarse con los más necesitados y desprotegidos, en este caso los niños.
- Costo de los medios. los medios por los cuales será proyectada la campaña, ofrecieron tarifas y precios especiales por la naturaleza de la causa, lo que se refleja como una ayuda por parte de dichos programas.

6.2.6. Proceso Social

- Estructura interna

Dentro de la empresa, se llevara a cabo una intensa campaña de relaciones públicas para dar a conocer las labores que se estarán realizando con estos niños afectados por el terremoto del pasado 12 de Enero. De esta forma, cada uno de los empleados tendrá el compromiso de una u otra forma colaborar con la causa. Se realizarán charlas para dar a conocer la realidad que vive nuestro vecino país Haití, se crearán grupos de voluntarios que quieran participar directamente en el proyecto y las visitas a los pequeños.

- Estructura externa

Para lo que es el proyecto hacia la parte externa de la empresa, darán a conocer todos los pasos que se realizarán a nuestros proveedores. Ellos así podrán colaborar y prestar su ayuda, poner su granito de arena en esta causa humanitaria. Los clientes internacionales de Nearshore tendrán interés en este tipo de causa y extenderán su brazo para cooperar.

6.2.7. Personal Social

- Características del personal

El personal estará compuesto por aquellas personas que ayudarán con la causa. Son parte clave para llevar a cabo esta labor humanitaria. Este personal tendrá el compromiso fundamental de colaborar con cada idea que se elabore y serán quienes la pondrán en práctica. Deben también comprender el objetivo de la fundación y la necesidad de lograrlos, que crean cien por ciento en el programa y que tengan siempre sus mentes enfocadas en el éxito del proyecto.

6.2.8. Presentación

De la forma en que se dará a conocer el proyecto a los socios, empleados como a participantes externos será a través de una reunión y una intensa campaña de relaciones públicas las cuales les explicará los siguientes puntos:

- a) Objetivos de la labor social.
- b) ¿Cómo se hará?
- c) ¿Qué se necesitará?

- d) ¿Quiénes pueden colaborar?
- e) ¿En qué lugares ubicarán la ayuda?
- f) ¿Cuál será el público objetivo?



23

²³ http://es.wikipedia.org/wiki/Mezcla_de_mercadotecnia

6.3 Elaboración del briefing

I. Datos Generales de la campaña

Categoría en la que participa esta campaña:

Fundaciones o Instituciones de Empresas u Organizaciones Privadas sin fines de lucro que apoyan programas sociales.

Agencia que realizara la campaña:

ODC Multimedia

Empresa que promoverá el programa social:

Nearshore Call Center Services (Nearshore Centro de Servicios de Llamadas)

Fundación o Institución privada sin fines de lucro que apoya los programas sociales:

Fundación Nearshore – “Abrígalos de Día y de Noche)

Nombre con el que se identifica la Campaña

Primero los Niños De Haití

Cobertura de la campaña:

La campaña tiene una cobertura local: Santo Domingo Este y Distrito Nacional.

II. Planteamiento estratégico de la campaña

Reto Estratégico

El reto más grande aquí es hacer que las instituciones públicas y privadas, y personas identificadas con la causa crean en el proyecto y lo apoyen en un 100 por ciento.

Causa social que atiende la campaña

- Salud
- Educación
- Problemas sociales: adicciones, violencia intrafamiliar, orfandad, etc.

Análisis del entorno o problemática a resolver.

Luego del terremoto que afecto a Haití el pasado 12 de enero 2010, muchos niños quedaron en la orfandad, los cuales están ubicados en refugios, albergues, hospitales y en las mismas calles. La mayoría de estos están rodeados de un espacio lleno de promiscuidad, sin la más mínima delicadeza de salubridad, en completo hacinamiento. Se encuentran en un peligro muy eminente y es el de ser prostituidos, abusados, etc.

Los niños siempre serán los más vulnerables en esta clase de situaciones, porque luego del desastre viene el dolor de haber perdido a sus seres queridos, extraviados o abandonados, la ira de no

entender lo que ha pasado, lo que está pasando, la culpabilidad por lo ocurrido. Son muchos los problemas psicológicos que se presentan, al igual que las necesidades físicas.

Reto

La respuesta a recibir de nuestra audiencia es que se conmuevan de la situación precaria que están viviendo los niños en Haití después del terremoto. Mostrando las necesidades cognitivas o emocionales de los mismos.

Target

Esta causa va dirigida a toda entidad tanto privada como pública, profesionales en el área de salud, ONG's y cualquier persona en unirse a la misma.

Objetivos de la campaña

Tiene como objetivo cuidar a los niños de 0 – 5 años afectados por el terremoto en Haití año 2010, estimularlos tempranamente con la ayuda de profesionales, alimentación básica, ayudarlos a un crecimiento futuro adecuado a pesar de la precariedad y traumas ya presentes. Incorporarlos a escuelas, aumentar la recreación, capacitación en procesos básicos de escritura, lectura, etc. Impulsar toda su motivación psicológica, resocialización, trato de niños indocumentados en vías de adopción, introducirlos al sistema de salud, asistencia

médica la cual contará con programas para desnutrición, abuso sexual, niños especiales, etc.

Medios de comunicación utilizados para la aplicación de la idea.

Se utilizaran los medios exteriores y el cine para promover esta campaña.

Periodo de duración de la campaña.

Mayo – Julio 2010.

Resultados de la campaña.

De la campaña se espera obtener una reducción en la cantidad de niños enfermos, que obtengan buena alimentación, lograr que tengan un hogar donde permanecer estables y que puedan continuar con su educación.

6.4 Brainstorming – Pasos para la búsqueda de nombre

Antes del brainstorming o lluvia de ideas, se procedió a abordar la problemática sobre el terremoto de Haití. Esto nos tomo dos días.

Entre los principales problemas están:

- Las epidemias que podrían desatarse en cuestión de días y que combatirlas durarían años

- La desnutrición de muchos de los niños y niñas y de todas las demás personas
- Localizar a los niños que deambulan por las calles o en hogares provisionales.
- Los traumas psicológicos de los niños y niñas
- Las lesiones físicas de los infantes
- El maltrato físico versus Psicológico
- El tráfico de niños y niñas
- Las adopciones de manera apresurada
- El tema escolar
- Las condiciones sanitarias
- La repartición de las ayudas, incluyendo los suministros médicos

A partir de estos problemas debatidos en la reunión surgieron las siguientes ideas

- Smile Childrens (Sonrisa del Niño)
- First Childrens (Primero los Niños)
- Save Childrens (Salvemos los Niños)
- Save Haiti Smile Childrens (Salvemos la Sonrisa de los Niños)
- Happy Childrens (Niños Felices)
- First Smile (Primero Sonreír)
- Haiti's Childrens Come First (Primero los Niños de Haiti)
- Haiti's first (Haiti Primero)

- Ellos primero
- Los niños primero
- Sonrisitas de Haití
- A Hand for Them (Una Mano para Ellos)
- A Smile for Future (Una sonrisa para el Futuro)
- A Future for Them (Un futuro para Ellos)
- Their Hope Our Commitment (Su Esperanza Nuestro Compromiso)
- Children Are the World (Niños son el Mundo)
- Big Children Smiles (La Gran Sonrisa de los Niños)

Una vez terminada la lluvia de ideas, se seleccionaron las cinco mejores, de acuerdo a la elección de los participantes. De estas cinco pensamos que serían las que están más asociadas con la causa o problema social presentado en Haití a causa del terremoto.

Estas fueron las ideas seleccionadas:

- First Childrens (Primero los Niños).
- Happy Childrens (Niños Felices).
- Childrens are the World (Los Niños Son el Mundo).
- Haiti's Childrens Come First (Primero los Niños de Haití).
- A Future for Them (Un Futuro Para Ellos).

A cada una de las anteriores se le dio un puntaje de 0 a 5, siendo 5 la más aceptada. El orden final fue el siguiente:

1. Primero Los Niños de Haití – 5 puntos.
2. Un Futuro Para Ellos – 4 puntos.
3. Los Niños Son el Mundo – 3 puntos
4. Ninos Felices – 2 puntos
5. Primero los Niños – 1 Punto

6.5 Mensaje de la campaña

La campaña tiene como mensaje, “Tú también puedes ayudar”.

6.6 Alianzas y colaboraciones con otras instituciones

Dentro de las colaboraciones que se recibirán para la causa, cuentan con las siguientes:

1. Apoyo de empleados internos.
2. Socios y ejecutivos.
3. Colaboración Internacional.
4. Ayuda gubernamental.

6.7 Fundación Nearshore – “Abrígalos de Día y de Noche”

En *Nearshore Call Center Services* se preguntaron cómo podían poner sus valores y sueños en acción mucho más allá de las tareas cotidianas, de los empleados, de los clientes y negocios. Es allí donde nace *Nearshore-Protect Them Day and Night* (Abrígalos de Día y Noche) la cual fue creada sin fines de lucro y que trabaja por un mejor desarrollo en la niñez. Es una fundación

constituida en Junio 2009 que busca por el medio de la cooperación empresarial, desarrollar proyectos en beneficios de los infantes. Les otorga a los mismos recursos para ayudarlos a crecer en un ambiente saludable y que les ayude a desarrollar su capacidad desde recién nacidos hasta alcanzar los 5 años de edad. La fundación ha tocado y mejorado la vida de alrededor de 50 niños, mientras crea conciencia sobre muchos de los problemas que afectan a toda la sociedad. Operan y desarrollan programas de ayuda a favor de la salud, nutrición, medio ambiente, violencia, maltrato infantil, maltrato intrafamiliar y educación siempre relacionados con los más pequeños.

La fundación también ha requerido de fondos para continuar desarrollando su papel de colaborador y humanitario con los niños. Se han estado trabajando en donaciones para el financiamiento de su última campaña “Primero los Niños de Haití”. Cada donación que se le hace a esta fundación hace una gran diferencia, pues se han estado realizando viajes a Puerto Príncipe con el fin de restablecer a los infantes y que empiecen a recibir las donaciones.

6.7.1 Propósitos

La fundación tendrá el propósito de mejorar la calidad de vida de los infantes sin importar su nacionalidad, credo o raza, trabajando a favor de su salud, derechos y educación. Para lograr los mismos desarrollarán actividades, programas que los ayudarán a crecer sanamente con la asesoría de profesionales que le darán el calor familiar que les faltó.

Trabajaran para garantizar que los infantes no sean expuestos a riesgos ni maltratos o enfermedades que no los permitan crecer sanamente.

6.7.2 Visión

La visión de la Fundación es lograr un mundo en donde los niños de todas partes del mundo tengan un mejor futuro, en donde no exista la discriminación racial ni desigualdad.

6.8 Programa de ayuda a niños de Haití.

6.8.1 Objetivos de la campaña “Primero los Niños de Haití”

Tiene como objetivo cuidar a los menores, estimularlos tempranamente y con la asesoría de profesionales, alimentación básica, ayudarlos a un crecimiento futuro adecuado a pesar de la precariedad y traumas ya presentes. Incorporarlos a escuelas, aumentar la recreación, capacitación en procesos básicos de escritura, lectura, etc. Impulsar toda su motivación psicológica, resocialización, trato de niños indocumentados en vías de adopción, introducirlos al sistema de salud, asistencia médica la cual contara con programas para desnutrición, abuso sexual, niños especiales, etc.

6.8.2 Fundación abrígalos de noche y día tiene varios objetivos

- Fomentar el desarrollo de las personas de manera íntegra, esto se llevara a cabo por medio a tres pasos importantes: el deporte, la salud y la educación. El deporte los ayudara a mantenerse en forma, sanos,

en salud, pues la salud es un paso importante. Aquí se le instruirá como mantenerse sanos llevando un régimen alimenticio adecuado, lo cual junto al deporte hacen la combinación que les ayudara a desarrollarse mejor. La educación hará su papel y es el de socializarse con más personas, a abrir algunos caminos y saber cómo conducirse en la vida. Todos tenemos derecho a la buena salud, educación y deporte; la fundación les ayudará a entender a todos los involucrados en la fundación que poseen la libertad total de hacer uso de estos derechos.

- Hacerles entender a la población que la educación es un derecho del que todos pueden gozar, sin importar el país, el idioma, raza u origen.
- Preparar a los profesionales ampliando más sus conocimientos, dotándolos de herramientas necesarias para alimentar aun más sus conocimientos sobre cómo llevar mejor y cumplir los objetivos.
- Lleva a cabo actividades que promuevan en el desarrollo de actividades de acuerdo a los objetivos planteados.
- Apoyar a todo aquel que se integre al programa y darle un seguimiento constante.
- Crear actividades que aumenten el entusiasmo entre los niños su calidad de vida y salud y que ellos mismos puedan notar dicho cambio y estar convencidos de los resultados positivos obtenidos.

6.8.3 Contribuir a un nivel de vida más saludable

Fundación Abrígalos de Noche y Día, con su mayor objetivo que es contribuir al mejoramiento de la salud de todos los habitantes promoviendo y apoyando las actividades que tengan como fin llevar estilos de vida más sana desde una muy temprana edad, involucrarlos a la sociedad, pero sobretodo que puedan ser ejemplo para las generaciones futuras.

6.8.4 Incentivar la educación y mantenerla

Para que un país progrese es necesario que exista un nivel de preparación desde pequeños. Incentivarlos a que realicen cualquier tipo de deportes es una labor primaria de la fundación.

También hay que tomar en cuenta el fomentar el deseo de superación en estos niños, hacerlos entender la importancia de tener valores dentro de una sociedad y que el comportamiento adecuado le conlleva a tener mejor futuro.

6.9 Problemas más visibles.

- Falta de protección
- El peligro constante de abuso infantil
- Detectar el grado de daño psicológico que poseen los niños.
- La amenaza de que los pequeños y pequeñas sean prostituidos
- La falta de planteles educacionales
- El peligro de enfermedades como: la viruela, sarampión, alergias,

entre otras enfermedades contagiosas

- El peligro de deshidratación por la diarrea y vómitos provocados por agua no apta o por alimentos en descomposición, las condiciones sanitarias es un problema muy grave.
- El robo de los niños y hasta la venta de ellos por parte de sus familiares o por personas desaprensivas.
- La insuficiencia de medicinas y vacunas para los infantes.
- La falta de protección al medio ambiente
- La falta de energía eléctrica es un problema cuando cae la noche.
- Entre muchos otros problemas más.

6.10 ¿Qué haremos en la campaña?

Dentro de las primeras actividades a realizar, es una visita al Hogar Vida y Esperanza en donde se encuentran alojados más de 40 niños afectados por el sismo, los cuales han sido trasladados allí con el fin de recuperación, luego de haber pasado por un proceso post quirúrgico. Allí visitarán voluntarios de Nearshore. Se les hará entrega de juguetes, regalos y llevarle a estos infantes una tarde alegre llena de diversión. También se contará con la participación de payasos y pinta caritas.

6.10.1 Etapa de las Donaciones

Las donaciones tendrán varias etapas:

1ra Etapa: Donación de alimentos para niños. Concentración en la nutrición

de los pequeños.

2da Etapa: Donación de juguetes. Esto ayudará a la diversión y recreación.

3ra Etapa: Donación de ropa.

4ta Etapa: Donación de útiles escolares para el inicio de la educación.

CONCLUSIÓN

Luego de haber desarrollado este proyecto nos dimos cuenta de cuán grande puede ser el daño provocado en un infante de tan poca edad por una catástrofe natural y no solo cargar con la secuela de daños por esta clase de fenómeno, sino también tener que luchar la vida entera con las consecuencias resultantes.

Si no se le da atención y cuidado necesario podría marcar al infante de por vida. A excepción de los que tienen amputaciones, los cuales desgraciadamente y dolorosamente ya están marcados por siempre y solo queda trabajar con ellos de manera psicológica y darles igual que a los demás todo el amor, la atención y ayuda que ellos necesiten o que puedan llegar a necesitar.

Es difícil ver un niño de pocos meses o años de edad con apuntaciones de alguno de sus miembros, huérfanos, con desfiguraciones, abandonados a su suerte y perdidos sin entender que está pasando.

Son muchos millones de niños afectados por esta tragedia y es deber de todos y no de unos cuantos ayudarlos a llevar esta cruz tan pesada, ayudar a que sus heridas sanen, a que su futuro no sea tan oscuro, sombrío y confuso. De manera unánime debemos ayudar a que estos pequeños tengan una mejor calidad de vida.

Miles de estos niños quedaron solos sin ningún familiar que vele por ellos y por si fuera poco mutilados física y Psicológicamente. Las heridas físicas sanan, pero las Psicológicas son muy difíciles de curar y está en manos de nosotros ayudar a que esto se cumpla.

El proceso de canalizar todas estas ayudas no es fácil, pero si nos unimos todos en una sola voz, en un solo cuerpo y por una misma causa podemos lograrlo.

No podemos evitar las incidencias de la naturaleza, ni los daños que la misma pueda causar, pero lo que si podemos hacer es ayudar a la reconstrucción de cada ser humano, de cada niño que necesite nuestra ayuda. Los niños son la luz del mundo y si ellos son la luz del mundo Haití se quedo a oscuras, brindemos un poco de luz a ese vecino país que tanto nos necesita.

La empresa Nearshore Call Center services, es una empresa dedicada no solo a ofrecer servicios empresariales, sino también comprometida a ayudar a aquellos que lo necesitan. La misma ha brindado una mano amiga a este país sumido en la tragedia. Todos al igual que esta empresa podemos poner nuestro granito de arena para ayudar y más importante aun es, que no esperemos a que pases desgracias como estas para brindar la ayuda a nuestro prójimo, AYUDEMOS SIEMPRE.

RECOMENDACIONES

Los niños de nuestro vecino país Haití se encuentran inmersos dentro de muchos riesgos como son salud, y educación, los cuales pueden troncharles la vida y muchas veces la oportunidad de tener un mejor futuro aparte de las posibilidades de no poder tomar decisiones por los traumas causados por tan horroroso episodio vivido el 12 de Enero del año 2010 que les dejó la vida marcada para siempre.

Todo esto al gran descuido que tiene el ser humano con la naturaleza, puesto que no cuidamos de ella, explotando cada tesoro hasta quedarnos sin nada. El ser humano debe de dársele una orientación y llevar a cabo campañas en donde se muestre la realidad de lo que hoy vive nuestro planeta, el único que tenemos. En lo que muchos seres humanos enfocan su vida a preservar otras cosas menos el medio ambiente en el cual vivimos. Es por esta razón que cada día los terremotos son más comunes, el calentamiento global es una problemática que solo cada ser humano poniendo su granito de arena, puede lograr más.

Situación que ha de preocuparnos bastante, pues los años pasan y nuestros hijos son quienes reciben esa herencia tan corta y problemática, crecen con inconsciencia ante estas problemáticas, pero tampoco tienen conocimiento de sus acciones.

Es necesario que las autoridades pongan suma atención y cuidado a la niñez, no tanto dominicana sino de cualquier nacionalidad, puesto que representan el futuro de nuestro país. La explotación aquí es grave. Cada día más niños en las calles pidiendo limosnas o simplemente limpiando cristales de vehículos, muchas veces enviados por sus padres. Otras veces encontrados haciendo lo mal hecho, usando drogas o robando. Es hora de poner conciencia y las autoridades tienen que tomar cartas en el asunto. Nuestros niños son lo principal en la sociedad y deben jugar un rol primario en las decisiones tomadas por las oficinas gubernamentales, muchas veces afectándolos de manera directa.

Por todo lo que hemos vivido y lo que hemos visto y lo que nos falta por ver, si no se toma conciencia y medidas a tiempo nos veremos inmersos en las deudas que tenemos con el planeta, que es nuestra casa. Seguirá cobrándonos una a una las que a veces sin querer, hemos hecho. Entonces seguirán sucediendo estos grandes sismos que cobran la vida de miles de personas, dentro de esos nuestra niñez.

BIBLIOGRAFÍA

FUENTES DE INFORMACION:

Fuentes primarias

Entrevistas:

Se realizó una entrevista al CEO de la empresa Nearshore Call Center Services, Sr. Thomas Oronti de donde surgieron todas las respuestas para elaborar esta campaña social.

La entrevista se realizó en el edificio ubicado en la Abraham Lincoln en donde se llevó a cabo un conversatorio de las labores que actualmente estaba realizando la institución. Nos narró acerca del proyecto que actualmente están realizando en África y el que quería implementar con el caso de Haití.

Nos habló así mismo, de unos viajes que se realizarán a un orfanato ubicado en Puerto Príncipe a donde se llevarán donaciones.

Nos narró sobre la historia de Nearshore y la grata experiencia de haber llegado al país y hoy ser uno de los principales centros de contactos en el mismo.

Entrevista

1. ¿Cómo nace Nearshore Call Center Services en República Dominicana?
2. ¿Cuáles fueron las características principales desde sus inicios?
3. ¿Cuántos empleados laboran en la empresa?
4. ¿Cuáles son los servicios ofrecidos por la institución?
5. ¿Qué impulsa a Nearshore a interesarse en las causas sociales?
6. ¿Cuáles son los donadores en este tipo de causa?
7. ¿Tiene la empresa algún otro proyecto de causa social?
8. ¿Cómo se realiza la labor en esa causa en específico?
9. ¿Por qué la empresa se interesa en el caso de Haití?
10. ¿Qué beneficio obtiene la empresa al realizar este tipo de causa?
11. ¿Con que frecuencia lo hacen?
12. ¿Cuál es el contacto para llevar a cabo estos proyectos?
13. ¿Cómo son informados los empleados de este tipo de actividad?
14. ¿Cuáles son las cooperaciones principales para las causas?
15. ¿Existe un equipo capacitado para este tipo de labor?

Fuentes secundarias:

- ✓ Kotler y Zaltman, Journal of Marketing 1971, bajo el título Marketing Social, (Libro Marketing Social Teoría y Práctica, Pág. 3, Luis Pérez Romero 2004)

- ✓ Bloomg, Paul. Journal Marketing Management, bajo el título: Beneficiando la Sociedad y mas allá, 1995(Libro Marketing Social Teoría y Práctica, Pág. 4, Luis Pérez Romero 2004)
- ✓ Andreas en 1996, Gestión del Marketing Social, Pág. 35, Antonio Leal Jiménez (2000)
- ✓ Pérez Romero, Luis A. Marketing Social, Pág. 5, (2004)
- ✓ Loudon David y Bitta Della, Albert, bajo el título: Comportamiento del Consumidor 1995, páginas 353, 354,361.
- ✓ Términos de marketing, Diccionario - Base de datos de: Miguel Santesmases Mestre. Ediciones: Piramide. S,A. Madrid 1996.

Otras fuentes

Sitios Web Visitados:

- <http://es.wikipedia.org/wiki/Hait%C3%AD>
- http://es.wikipedia.org/wiki/Centro_de_llamadas
- www.nearshore.cc
- <http://minustah.org/>
- http://es.wikipedia.org/wiki/The_World_Factbook
- http://es.wikipedia.org/wiki/Agencia_Central_de_Inteligencia
- http://es.wikipedia.org/wiki/Iniciativa_HIPC
- <http://es.wikipedia.org/wiki/NOAA>
- http://es.wikipedia.org/wiki/Producto_interno_bruto
- http://es.wikipedia.org/wiki/Director_ejecutivo

- <http://es.wikipedia.org/wiki/Evacuaci%C3%B3n>
- <http://es.wikipedia.org/wiki/Catástrofe>
- <http://es.wikipedia.org/wiki/Epicentro>
- http://es.wikipedia.org/wiki/Renta_per_c%C3%A1pita
- <http://es.wiktionary.org/wiki/damnificado>
- <http://es.wikipedia.org/wiki/Donaci%C3%B3n>
- <http://es.wikipedia.org/wiki/Distribuci%C3%B3n>
- <http://es.wikipedia.org/wiki/Traumatismo>
- http://es.wikipedia.org/wiki/Escala_sismol%C3%B3gica_de_Richter
- <http://www.infomipyme.com/Docs/GT/Offline/exportacion/arancel.htm>
- http://es.wikipedia.org/wiki/Fondo_Monetario_Internacional
- http://es.wikipedia.org/wiki/Banco_Mundial

ANEXOS

Universidad APEC

UNAPEC



**DECANATO DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN**

**CAMPAÑA SOCIAL PARA NIÑOS DE 0-5 AÑOS DE EDAD
AFECTADOS POR TERREMOTO EN HAITÍ AÑO 2010.
CASO: NEARSHORE CALL CENTER SERVICES**

SUSTENTANTES:

**ANGLES HERNÁNDEZ 1999-2119
MASSIEL ABREU 2003-0182
JONATHAN CALDERÓN 2003-0197**

ASESORA:

LIC. IVELISSE COMPRES

**ANTEPROYECTO DE LA MONOGRAFÍA PARA OPTAR POR EL
TÍTULO DE LICENCIANDO EN MERCADOTECNIA.**

**DISTRITO NACIONAL, REPÚBLICA DOMINICANA
2010**

ÍNDICE

1. Título.
2. Definición del tema.
3. Planteamiento del problema.
4. Objetivos de la investigación.
 - 5.1 Objetivo general.
 - 5.2 Objetivos específicos.
5. Justificación de la investigación.
6. Tipo (s) de investigación.
7. Marcos de referencia.
 - 7.1 Marco teórico.
 - 7.2 Marco conceptual.
 - 7.3 Marco espacial.
 - 7.4 Marco temporal.
8. Métodos, procedimientos y técnicas de la investigación.
9. Tabla de contenido.
10. Bibliografías.

Título:

Campaña social para niños de 0-5 años de edad afectados por terremoto en Haití año 2010. Caso: Nearshore Call Center Services

Definición del tema

La niñez en Haití presenta **traumas** tanto físicos como psicológicos, por tal razón la empresa Nearshore **Call Center** Services se ha enfocado en crear una campaña social para ayudar a estos niños afectados por el **sismo** ocurrido en Haití el pasado 12 de enero del año 2010 titulada Primero Los Niños de Haití. Dentro de las donaciones realizadas por la empresa se destacan medicamentos, prendas de vestir, juguetes, alimentos enlatados, entre otros.

Planteamiento del problema

Haití siempre ha sido uno de los países más pobres del hemisferio. Nunca ha sido un país productor de sus propios frutos, siempre se ha mantenido por la ayuda de los demás países.

Nunca ha sido un país de tener ningún control de calidad. Las edificaciones no cuentan con ninguna regulación y control, este factor fue un detonante sumamente importante en la pérdida de vidas humanas. Muchas de esas edificaciones estaban mal construidas y al momento del sismo se derrumbaron todas sepultando a miles y miles de personas.

Corregir esta clase de problemas en Haití llevara muchos años de concienciación para erradicar ese problema. En estos momentos Haití esta sumida bajos los escombros, la miseria, el dolor, la soledad de muchas personas que se quedaron sin familias y el daño Psicológico en todos los habitantes. Muchos son los niños que quedaron traumatados por el hecho, sin familia y sin techo, desamparados completamente y cuyo único techo es el cielo.

Esta en parte buscar la manera de ayudar a todos, pero muy especialmente a los niños que quedaron dañados físicamente y psicológicamente por el sismo ocurrido.

OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

a) OBJETIVO GENERAL

- Elaborar una campaña social de ayuda a niños afectados por el terremoto en Haití en edades comprendidas entre 0-5 años de edad.

b) OBJETIVOS ESPECÍFICOS

4. Conocer las necesidades de los niños en edades comprendidas de 0-5 años de edad en Haití.
5. Determinar la magnitud de los daños causados por el terremoto en Haití
6. Evaluar las posibles maneras de ayudar a los infantes en edades comprendidas 0-5 años de edad.

Justificación de la investigación

Un Call Center es un área donde agentes o ejecutivos especialmente entrenados realizan o reciben llamadas desde y/o hacia: clientes, socios comerciales, compañías asociadas u otros. Los mismos son operados por una compañía proveedora de servicios encargada de administrar y proveer soporte y asistencia al consumidor dependiendo del tipo de producto, servicio o información requerida. También se realizan llamadas en función de implementar la venta y cobranzas de la empresa.

En los últimos años, los negocios de Call Center a nivel mundial han experimentado una tendencia marcada de crecimiento. Sus bajos costos de operación y de capital humano, su experiencia y la cercanía geográfica y cultural con los Estados Unidos, cuyas empresas son las mayores demandantes de estos servicios, ha permitido que República Dominicana se consolide como una de las opciones más viables.

Thomas Oronti, CEO de de Nearshore, explica que el país cuenta con ventajas competitivas como lo son la ubicación geográfica, tecnología y ahorro en los costos de operación. .

Tipos de Investigación

El tipo de investigación es descriptiva, porque describe los hechos observados.

Estudio de casos, ya que se lleva a cabo una investigación intensiva en el país de Haití, específicamente con los infantes en edades comprendidas 0-5 años de edad, afectados por el terremoto ocurrido en fecha de 12 de enero del año 2010. Donde hubo una centena de muertos y miles de desaparecidos y damnificados. La investigación es hecha de manera profunda y exhaustiva para poder medir la magnitud de los años específicamente en infantes en edades comprendidas de 0-5 años de edad.

Marcos de Referencia

Marco Teórico:

El 12 de enero de 2010, a las 4:53 PM, Haití fue golpeado por un **terremoto** de magnitud 7.0 en la escala **Richter**, el terremoto más severo del país en 200 años. El **epicentro** del temblor fue cerca de la capital Puerto Príncipe. Se ha estimado que el número de muertos llegó a 200.000 personas.

El Palacio Presidencial fue muy afectado, colapsando el segundo piso sobre el primero, el edificio del Parlamento, la oficina de las Naciones Unidas y la Catedral Nacional también fueron dañadas.

También se ha registrado una serie de réplicas, siendo las más fuertes las de 5,9, 5,5 y 5,1 grados. La **NOAA** descartó el peligro de tsunami en la zona. Este terremoto ha sido el más fuerte registrado en la zona desde el acontecido en 1770. El sismo fue **perceptible** en países cercanos como

Cuba, Jamaica y República Dominicana, donde provocó temor y evacuaciones preventivas.

Los efectos causados sobre el país más pobre de América Latina han sido devastadores. Los cuerpos recuperados al 25 de enero superan los 150.000, calculándose que el número de muertos podría llegar a los 200.000. También habría producido más de 250.000 heridos y dejado sin hogar a un millón de personas. Se considera una de las catástrofes humanitarias más graves de la historia.

Nearshore Call Center Services Ltd, ha hecho una inversión de donaciones de RD\$ 5000 destinado a ayudar niños entre 0 y 5 años de edad que, dada la situación han quedado huérfanos y sin techo.

Según el empresario Thomas Oronti CEO, en la entrevista realizada el día 18 de Enero del 2010, indico que este país está en su peor momento y que la ayuda era necesaria. "Este es el peor terremoto que ha golpeado esta área en la historia reciente y la devastación a la comunidad haitiana es inmensurable".

Su proyecto irá dirigido a la niñez pues considera ser la más afectada y la que más atención necesita. Según el empresario, otras donaciones, fueron realizadas como: medicina, alimentos, agua y ropa para las víctimas. "A pesar de nuestros esfuerzos, todavía sigue existiendo la necesidad en nuestro hermano país Haití y seguiremos extendiendo nuestra mano al más necesitado. Recuerde que su donación, pequeña o grande, ayudará a

víctimas del desastre a reconstruir sus vidas y sus comunidades”, según Chris Hales COO de Nearshore Call Center Services.

Se entregaron un número de artículos a Puerto Príncipe el Sábado 16 de Enero del año 2010 y continuaron las contribuciones directamente a comunidades afectadas con otro viaje realizado el Martes 19 de Enero del mismo año.

La empresa como tal hizo un llamado a donaciones que todo profesional Por favor done a productos de alimentación de energía, comida enlatada, las pequeñas botellas del agua, jugos, medicinas generales y juguetes para niños. Además hizo un llamado a personal médico entrenado para ofrecer primeros auxilios a las víctimas que tenían heridas simples e infectadas por la simple exposición al aire libre y falta de tratamiento. “Por otra parte se les facilito transporte a los voluntarios que nos ayudarían a racionalizar las donaciones en bolsas individuales, posteriormente llevarlas a Puerto Príncipe y así facilitar la distribución de las mismas”, palabras de Roberto Franco, Manager de Relaciones de Negocios.

Marco Conceptual:

- **Sismo:** es una sacudida del terreno que se produce debido al choque de las placas tectónicas y a la liberación de energía en el curso de una reorganización brusca de materiales de la corteza terrestre al superar el estado de equilibrio mecánico.
- **Terremoto:** es el movimiento brusco de la Tierra causado por la brusca liberación de energía acumulada durante un largo tiempo.
- **Minustah:** Misión de las Naciones Unidas para la Estabilización en Haití fue ordenada por el Consejo de Seguridad de las Naciones Unidas y se inició en 2004, después de la intervención militar conjunta de Estados Unidos, Canadá, Francia y Chile que derrocó al Presidente Jean-Bertrand Aristide. Estabilizar al país.
 - Pacificar y desarmar grupos guerrilleros y delincuenciales.
 - Promover elecciones libres e informadas.
 - Fomentar el desarrollo institucional y económico de Haití .
- **The World Factbook:** Libro Mundial de Hechos, es una publicación anual de la Agencia Central de Inteligencia (CIA) de los Estados Unidos con información básica tipo almanaque acerca de diversos países del mundo.
- **CIA:** Es, junto con la Agencia de Seguridad Nacional, la agencia gubernamental de los Estados Unidos encargada de la recopilación, análisis y uso de "inteligencia", mediante el espionaje en el exterior, ya

sean gobiernos, corporaciones o individuos que pueda afectar la seguridad nacional del país.

- **HIPC Heavily Indebted Poor Countries: (Países en vías de desarrollo altamente endeudados)** Se compone por un grupo de países beneficiarios en la medida de la **iniciativa-HIPC** de los estados G8 con alta Deuda Pública principalmente situados en África, Asia y Latinoamérica
- **NOAA (:** Administración Nacional Oceánica y Atmosférica es una Agencia científica del Departamento de Comercio de los Estados Unidos enfocado en las condiciones de los océanos y la atmósfera.
- **CEO (Chief Executive Officer):** es el encargado de máxima autoridad de la gestión y dirección administrativa en una organización o institución.
- **COO (Chief Operating Officer):** Máximo responsable de la gestión diaria de la compañía.
- **Evacuación:** acción o al efecto de retirar personas de un lugar determinado. Normalmente sucede en emergencias causadas por distintos tipos de desastres, ya sean naturales, accidentales o debidos a actos bélicos.
- **Donaciones:** es la acción de dar fondos u otros bienes materiales, generalmente por caridad.
- **Catástrofe:** es un hecho natural o provocado por el hombre que afecta negativamente a la vida, al sustento o a la industria, desembocando

con frecuencia en cambios permanentes en las sociedades humanas, ecosistemas y medio ambiente.

- **Distribución:** es la acción y efecto de distribuir.
- **Trauma psíquico:** evento que amenaza profundamente el bienestar (o incluso la vida) de un individuo como a la consecuencia de ese evento en el aparato o estructura mental o vida emocional del mismo.
- **Trauma físico:** es una situación con daño físico al cuerpo.
- **Arancel:** El arancel es un impuesto que se aplica en el comercio exterior para agregar valor al precio de las mercancías en el mercado de destino.
- **FMI (Fondo Monetario Internacional):** institución que trata de evitar las crisis en los sistemas monetarios, alentando a los países a adoptar medidas de política económica.
- **Banco Mundial:** es uno de los organismos especializados de las Naciones Unidas. Su propósito declarado es reducir la pobreza mediante préstamos de bajo interés, créditos sin intereses a nivel bancario y apoyos económicos a las naciones en desarrollo.
- **Renta Per Cápita:** es la relación que hay entre el PIB (producto interno bruto) de un país y su cantidad de habitantes.
- **PIB (Producto Interno Bruto):** es el valor monetario total de la producción corriente de bienes y servicios de un país durante un período (normalmente es un trimestre o un año).

- **Epicentro:** es el punto en la superficie de la tierra que está directamente encima del foco o hipocentro, el punto donde un terremoto o una explosión bajo tierra se origina.
- **Damnificados:** Se dice de la persona que ha sufrido daños o pérdida de seres queridos u objetos de valor (vivienda, cosecha, escuelas, etc...) a causa de desastres naturales o de conmoción social como por ejemplo: derrumbes, inundaciones, encuentros entre paramilitares y guerrilla, etc.
- **Hemisferio:** es cada una de las mitades en que un plano, que pasa por su centro, divide una esfera.
- **Escala Richter:** es una escala logarítmica arbitraria que asigna un número para cuantificar el efecto de un terremoto, denominada así en honor del sismólogo estadounidense Charles Richter (1900-1985).

Marco Espacial

República de Haití

Es un país de las Antillas, situado en la parte occidental de la Isla La Española y que limita al norte con el océano Atlántico, al sur y oeste con el Mar Caribe, y al este con la República Dominicana. La superficie total de Haití se extiende en 27.750 km², albergando una población de 10.033.000 habitantes (2009). Su capital y ciudad principal es Puerto Príncipe, gravemente dañada por un terremoto el 12 de enero de 2010.

Tras un proceso electoral tutelado por la comunidad internacional en 2006, el Jefe del Estado, elegido por sufragio universal, es René Prével mientras que la Asamblea Nacional de Haití designó en 2009 a Jean-Max Bellerive como primer ministro.

La economía de Haití generó en 2009 un **PIB** nominal de 6.908 millones de dólares y una **renta per cápita** de 772 dólares, siendo la más pobre de todo el continente americano y una de las más desfavorecidas del mundo. Según **The World Factbook**, el 80% de su población vive bajo el umbral de pobreza y dos tercios de ella son dependientes de un sector de la agricultura y pesca, tradicionalmente organizado en pequeñas explotaciones de subsistencia, **fragilizadas** por la carencia y empobrecimiento del suelo disponible, y de la ayuda exterior. La sobreexplotación y la erosión del terreno son consecuencia de una intensiva y descontrolada deforestación que ha llevado la superficie arbolada de Haití del 60% en 1923 a menos del 2% en 2006. Las devastadoras tormentas tropicales que se sucedieron a lo largo de 2008, afectaron a las escasas infraestructuras de comunicaciones que, a imagen de los sectores industriales y de servicios, sufren de la carencia de inversiones sostenidas por culpa de la inestabilidad y la violencia.

El sector industrial más importante es el textil, que representa más del 75% del volumen de exportaciones y 90% del PIB pero que es fuertemente dependiente de la demanda y ayudas **arancelarias** exteriores, particularmente la de los Estados Unidos. Haití está incluido en el programa

del **Fondo Monetario Internacional** y del **Banco Mundial** para los Países en vías de desarrollo altamente endeudados (**Highly-Indebted Poor Country, HIPC**).

Marco Temporal:

El plan de estrategias a desarrollar será a partir de enero 2010.

Métodos, procedimientos y técnicas de la investigación

En nuestra investigación utilizaremos los siguientes métodos:

Método de Análisis

Se utilizara este tipo de método para analizar la magnitud del daño en los niños en edades entre 0 – 5 años, para de esta manera aplicar y cumplir mejor nuestros objetivos.

Método de Observación

Este método permitirá ver de manera más concreta la magnitud del daño ocasionado por el terremoto, observar los distintos traumas y daños ocasionados a estos infantes. Esto dará una visión más clara de lo que realmente se debe de hacer y cuál es la mejor manera de ayudar.

Procedimientos

- ✓ Plantear los objetivos de la campaña
- ✓ Elaboración del briefing

- ✓ Brainstorming
- ✓ Identificación y descripción del público al cual nos dirigimos
- ✓ Determinar el mensaje de la campaña
- ✓ Plan de medios
- ✓ Lanzamiento y Control
- ✓ Alianzas y colaboraciones con otras instituciones

Técnicas de la carrera que estudia utilizadas en la investigación

- Estrategias de Distribución para hacer llegar la ayuda a los niños haitianos.
- Estrategias de Relaciones con la comunidad, pues de esta forma lograremos un mejor impacto de la información en las áreas deseadas.
- Estrategias de publicidad, para hacer llegar la campaña al público en general.

ÍNDICE

DEDICATORIAS
AGRADECIMIENTOS
RESUMEN
INTRODUCCIÓN

CAPITULO 1. EL MARKETING SOCIAL

- 1.1 Definición del marketing social
- 1.2 Beneficios del Marketing Social
- 1.3 Mezcla de Marketing Social
 - 1.3.1 Producto
 - 1.3.2 Precio
 - 1.3.3 Plaza
 - 1.3.4 Promoción
 - 1.3.5 Proceso
 - 1.3.6 Personal
 - 1.3.7 Presentación

CAPITULO II. - INDUSTRIA DEL CALL CENTER

- 2.1 Concepto de Call Center
- 2.2 Evolución y Desarrollo de los Call Centers
- 2.3 Los Call Centers en la actualidad
- 2.4 Clasificación del los Call Centers
- 2.5 Principales Call Centers de República Dominicana

CAPITULO III. - NEARSHORE CALL CENTER SERVICES

- 3.1 Historia
- 3.2 Misión
- 3.3 Visión
- 3.4 Valores
- 3.5 Ubicaciones
- 3.6 Capacidad en la actualidad
- 3.7 Servicios ofrecidos por la empresa
- 3.8 Cartera de Clientes actuales

CAPITULO IV: TERREMOTO EN HAITI

- 4.1 Antecedentes históricos
- 4.2 Detalles y consecuencias inmediatas
 - 4.2.1 Muertes
 - 4.2.2 Fuerzas de las Naciones Unidas
 - 4.2.3 Heridos
 - 4.2.4 Daños
 - 4.2.5 Destrucción en el muelle de Puerto Príncipe

- 4.3 Situación posterior a corto plazo
- 4.4 Desembarcos de emergencia.
- 4.5 Países que ayudaron a las víctimas del terremoto.
- 4.6 Reacciones y ayuda

CAPITULO V. – ANALISIS DE LA SITUACION ACTUAL DE LOS NIÑOS ENTRE 0-5 AÑOS DE EDAD

- 5.1 Situación actual niños 0-5 años de edad
- 5.2 Quienes colaboran a las donaciones
- 5.3 Requerimientos para aportes y Donaciones
- 5.4 Ubicación actual.
- 5.5 Sobre las ayudas a los niños por parte de UNICEF
- 5.6 Las tiendas de almacenamiento
- 5.7 Personal de ayuda
- 5.8 Condiciones sanitarias de los niños y niñas de Haití afectados por el terremoto.
- 5.9 Temas preocupantes
- 5.10 ¿Cómo tratar desde el punto psicológico los efectos de daño hecho por el sismo en los niños de Haití?
- 5.10.1 ¿Cómo se puede explicar la realidad de lo que paso en Haití a un niño de 5 años haitiano o a cualquier otro niño de cualquier nacionalidad?
- 5.11 ¿Qué está pasando con esos niños que deambulan por las calles?
- 5.12 Puntos de Asistencia para niños
- 5.13 Protección y Suministros
- 5.14 Adopción después del terremoto
- 5.15 Protección del niño y los derechos del niño
- 5.16 Apoyo psicológico a niños en estado de emergencia
- 5.17 Entrenamiento de voluntarios haitianos

CAPITULO VI. - CAMPAÑA SOCIAL

- 6.1 Objetivo General
- 6.2 Objetivos Específicos
- 6.3 Elaboración del briefing
- 6.4 Brainstorming – Pasos para la búsqueda de nombre
- 6.5 Identificación y descripción del público al cual nos dirigimos
- 6.6 Mensaje de la campaña
- 6.7 Plan de medios
- 6.8 Lanzamiento y Control
- 6.9 Alianzas y colaboraciones con otras instituciones

CONCLUSION

RECOMENDACIONES

BIBLIOGRAFIA

ANEXOS

Bibliografía

- <http://es.wikipedia.org/wiki/Hait%C3%AD>
- http://es.wikipedia.org/wiki/Centro_de_llamadas
- www.nearshore.cc
- <http://minustah.org/>
- http://es.wikipedia.org/wiki/The_World_Factbook
- http://es.wikipedia.org/wiki/Agencia_Central_de_Inteligencia
- http://es.wikipedia.org/wiki/Iniciativa_HIPC
- <http://es.wikipedia.org/wiki/NOAA>
- http://es.wikipedia.org/wiki/Producto_interno_bruto
- http://es.wikipedia.org/wiki/Director_ejecutivo
- <http://es.wikipedia.org/wiki/Evacuaci%C3%B3n>
- <http://es.wikipedia.org/wiki/Catástrofe>
- <http://es.wikipedia.org/wiki/Epicentro>
- http://es.wikipedia.org/wiki/Renta_per_c%C3%A1pita
- <http://es.wiktionary.org/wiki/damnificado>
- <http://es.wikipedia.org/wiki/Donaci%C3%B3n>
- <http://es.wikipedia.org/wiki/Distribuci%C3%B3n>
- <http://es.wikipedia.org/wiki/Traumatismo>
- http://es.wikipedia.org/wiki/Escala_sismol%C3%B3gica_de_Richter
- <http://www.infomipyme.com/Docs/GT/Offline/exportacion/arancel.htm>
- http://es.wikipedia.org/wiki/Fondo_Monetario_Internacional
- http://es.wikipedia.org/wiki/Banco_Mundial







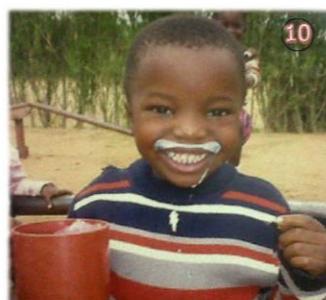
“Primero los niños de haití”

Nearshore hizo esto posible...

Tú también puedes ayudar...



Storyboard "Primero los niños de haití"



Cliente: <u>Primero los niños de Haití / Nearshore</u>												
Medio: <u>TELEVISION</u>												
Duración: <u>30 Seg</u>												
Período: <u>Mayo- Julio</u>												
<u>2010</u>												
							Mayo		Junio		Julio	
MEDIO	PROGRAMAS	VERSION	TARIFA REAL	TARIFA NEG.	RATING	FREQ	CUÑA	MONTO	CUÑA	MONTO	CUÑA	MONTO
Carribbean Cinema	Cartelera de Peliculas de 7:25 a 9:30 PM	30 Seg.	10,000.00	9,000.00	4.9	2 cuñas cada Domingo	6	54000	10	90,000.00	8	72,000.00
TOTAL GRP'S	TOTAL DE CUÑAS	TOTAL REAL	TOTAL INVERSION	AUDIENCIA	CPM	GRP	AHORRO	AHORRO (%)				
117.60	24	240,000.00	216,000.00	49	184	118	24,000.00	25				

PRESUPUESTO DE EXTERIORES Haiti´s Childrens Come First / Nearshore

Producción y Colocación

Ubicación	Cantidad	Precio Mensual	Total
Santo Domingo:			
Ave. 27 de Febrero	2	40,000.00	80,000.00
Ave. San Vicente	2	25,000.00	50,000.00
Sub - Total		65,000.00	130,000.00

Total

\$260,000.00