



UNAPÉC

UNIVERSIDAD APEC

DECANATO DE ARTES Y COMUNICACIÓN
ESCUELA DE PUBLICIDAD

Trabajo de Grado para optar por el título de:
LICENCIATURA EN PUBLICIDAD

Plan de Comunicación para la organización
'Aldeas Infantiles SOS',
Santo Domingo, Rep. Dom., 2018

Sustentantes:

Helen Ortiz 2014-2250
Tiphaine Brys 2013 -1934

Asesor:

MSC Cristina F. Brito Almonte

Los conceptos emitidos en el presente trabajo de grado son de la exclusiva responsabilidad de los sustentantes de la misma

Santo Domingo DN.; RD.,
Marzo 2018

ÍNDICE

AGRADECIMIENTOS.....	V
DEDICATORIA.....	VII
RESUMEN.....	IX
INTRODUCCIÓN.....	XI

CAPÍTULO 1: MARCO TEÓRICO

1.1. UNICEF. ¿Qué es UNICEF?.....	1
1.1.1. Porcentaje de mortalidad entre 2016 y 2030.....	2
1.2. Código para protección de los derechos de los Niños y Adolescentes.....	5
1.3 ¿Qué son las Aldeas infantiles SOS? 8	
1.3.1. Sin Fines de Lucro.....	8
1.3.2. Misión.....	9
1.3.3. Visión.....	9
1.3.4. Valores.....	10
1.3.5. Programas.....	10
1.3.5.1. Acogimiento Familiar.....	11
1.3.5.2. Fortalecimiento Familiar.....	11
1.3.6. Hogares que acogen huérfanos no adoptados en RD.....	12
1.3.7. Aldeas SOS.....	13
1.3.8. Egreso de las Aldeas.....	13
1.3.9. Madres SOS.....	14
1.3.10. Recepción de niños.....	14
1.3.11 Modelo de formación familiar, educativa y de salud.....	15
1.3.12. Atención Diversificada.....	16
1.3.13. Dispensario Médico.....	16
1.3.14. Más sobre las Aldeas Infantiles SOS.....	17
1.4. Concepto de Publicidad.....	18
1.5. Concepto de Comunicación.....	18
1.6. Concepto de Comunicación Online.....	19
1.7. Concepto de Plan de Comunicación.....	19
1.8. Redes Sociales.....	19
1.8.1. Instagram.....	20
1.8.2. Facebook.....	20
1.9. Prensa.....	20
1.10. Medios Exteriores.....	20

CAPÍTULO 2: MARCO METODOLÓGICO

2.1. Planteamiento del Problema.....	23
2.2. Objetivos de la Investigación.....	24
2.2.1. Objetivo General.....	24
2.2.2. Objetivos Específicos.....	24
2.3. Preguntas de Investigación.....	25
2.4. Definiciones Conceptuales.....	25
2.5. Metodología Utilizada.....	27
2.6. Técnicas de Investigación Utilizadas.....	27
2.6.1. Personas Entrevistadas.....	28
2.7. Población y Muestra.....	29
2.7.1. Población.....	29
2.7.2. Muestra.....	29
2.8. Resultados de las entrevistas.....	30
2.9. Resultados de la encuesta.....	33

CAPÍTULO 3: PROPUESTA CREATIVA

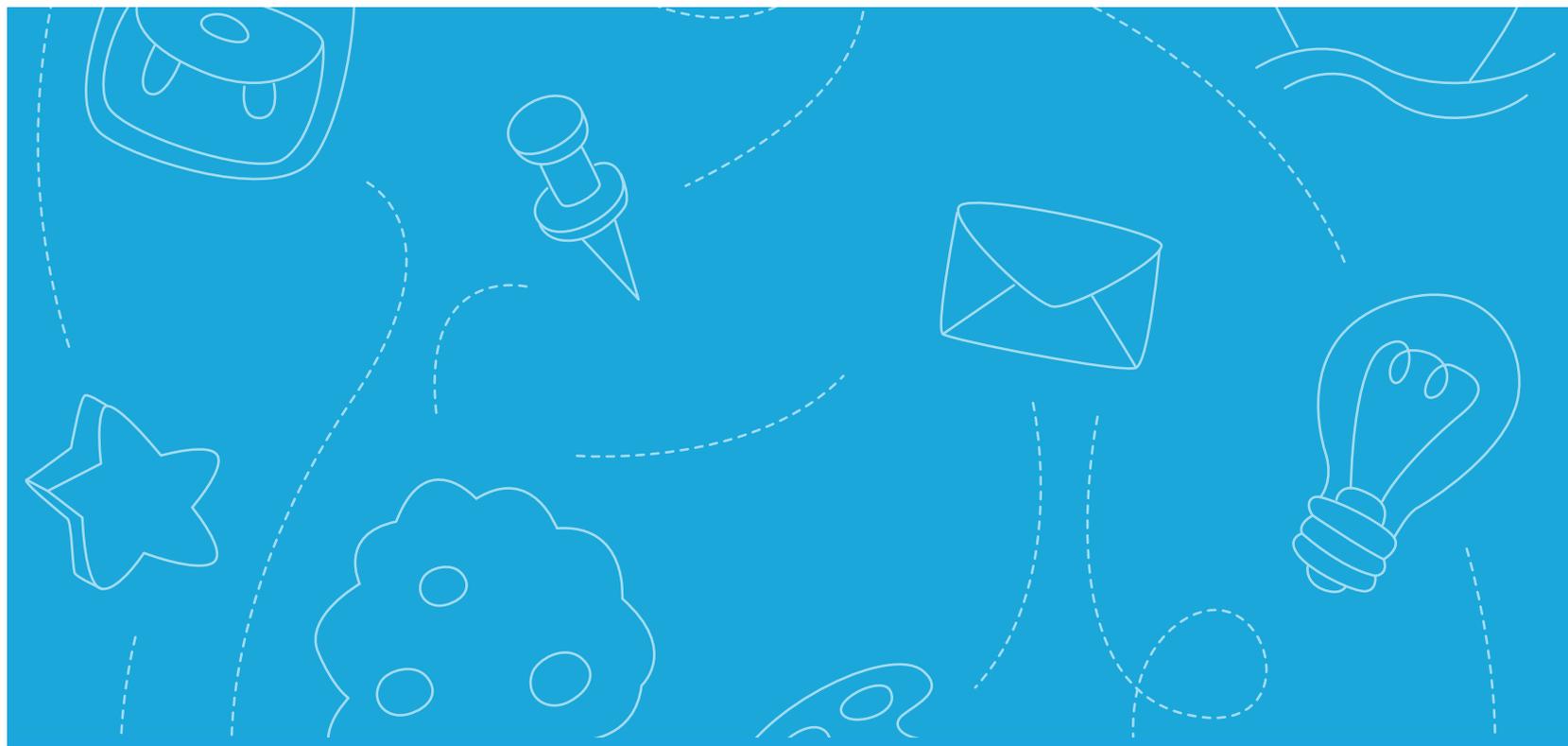
3.1. Propuesta de Plan de Comunicación Fundación.....	49
3.1.1. Análisis.....	49
3.1.2. Características intrínsecas.....	49
3.1.3. Características extrínsecas.....	49
3.1.4. Acciones de apoyo.....	50
3.1.5. Ventajas.....	51
3.1.6. Desventajas.....	51
3.1.7. Comunicación.....	51
3.1.8. Objetivos.....	51
3.1.9. FODA.....	52
3.1.10. Perfil psicográfico.....	53
3.1.11. Perfil demográfico.....	53
3.1.12. Mensaje.....	54

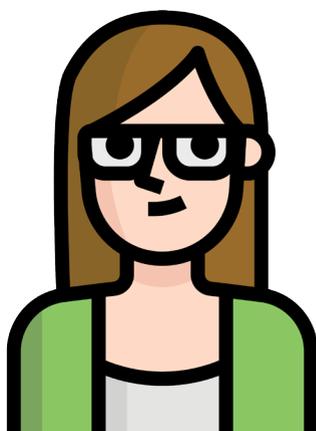
3.1.13. Acciones.....	54
3.1.14. Eje I y II.....	55
3.2. Propuesta de piezas publicitarias.....	59
3.2.1. Redes Sociales.....	59
3.2.2. Medios exteriores.....	61
3.3. Presupuesto.....	63

CAPÍTULO 4: CONCLUSIONES & RECOMENDACIONES

4.1. Conclusiones.....	67
4.2. Recomendaciones.....	68
BIBLIOGRAFÍA.....	69
ANEXOS.....	71

AGRADECIMIENTOS



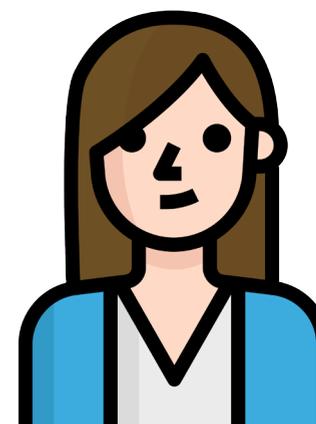


Agradezco a Dios en primer lugar por cada día darme la dicha de poder desempeñarme en esta área que tanto adoro y disfruto, que es la publicidad.

También quiero dar gracias a mis padres, que me han apoyado desde el principio en todos los sentidos, los amo eternamente por siempre estar para mi y hacerme sentir como una hija que hace a sus padres orgullosos.

En último lugar, agradezco inmensamente a mi excelente asesora y maestra, Cristina Brito, quien me acompañó junto a Tiphaine durante este proceso, y que aunque en momentos la trayectoria se ponía difícil, nos ayudó a cruzar la meta final después casi 4 años de arduo estudio.

Helen Ortiz



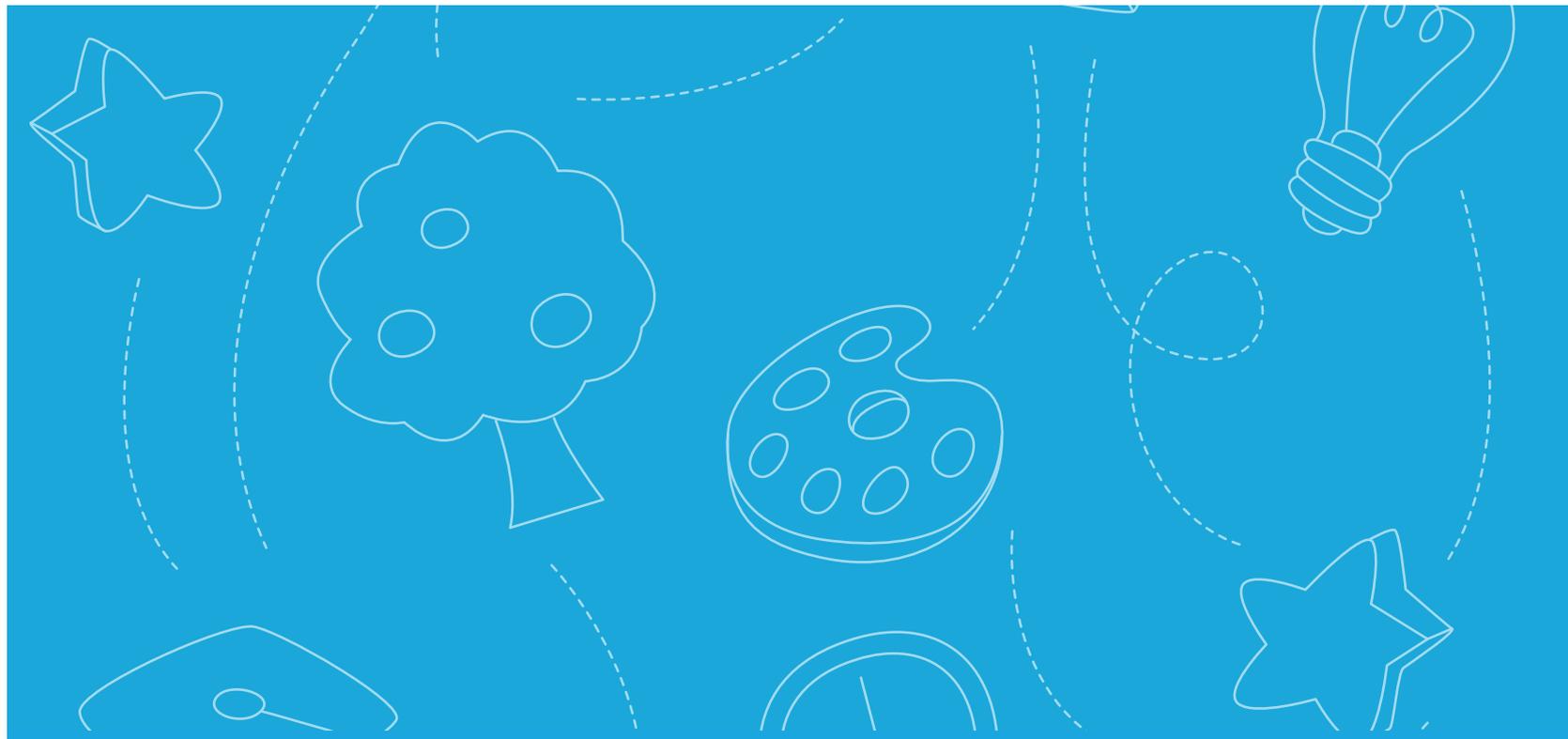
Quiero agradecer a mi padre, ya que desde el momento en que tome la decisión de estudiar publicidad apoyó mi decisión sin ningún pero, al contrario de otras personas que no apoyaban esta carrera. Siempre ha estado ahí para decirme que puedo lograr todo lo que me proponga sin importar que tan difícil o imposible sea.

También quiero agradecer a mi madre, que siempre a sido y será mi ejemplo a seguir. Se que desde el cielo tiene que estar sumamente orgullosa al ver este logro y nueva etapa en mi vida.

Y por último, pero no por eso menos importante a todos los compañeros y maestros que tuve la dicha de conocer en estos 4 años ya que definitivamente sin ellos nada de esto hubiese sido realidad.

Tiphaine Brys

DEDICATORIA





Queremos dedicar este trabajo a nuestra querida maestra y asesora, Cristina F. Brito Almonte, por haber dedicado su tiempo y esfuerzo en transmitirnos sus conocimientos, por su apoyo, comprensión y paciencia. Sin ella este proceso de la tesis no hubiese sido posible.

También queremos dedicarlo a nuestros padres, por ser los principales promotores de nuestros sueños, gracias a ellos por confiar, creer en nosotras y en nuestras expectativas.

RESUMEN



El presente trabajo de investigación propone un plan de comunicación para dar a conocer la Fundación Aldeas Infantiles S.O.S a la población de Santo Domingo, República Dominicana.

Aldeas Infantiles SOS es una organización Internacional con sede en más de 134 países y se enfoca en el desarrollo integral de los niños, niñas, adolescentes y jóvenes, pero que actualmente carece de cualquier tipo de comunicación con el público dominicano, por lo cual la misma y sus funciones no son conocidas.

Considerando el poco conocimiento de la fundación y sus funciones, se realizaron encuestas y entrevistas para poder conocer la percepción del pueblo dominicano sobre la misma.

Con los resultados recopilados logramos desarrollar un plan de comunicación con una campaña publicitaria que será llevada a cabo en redes sociales y medios exteriores para posicionar la fundación en la mente del público y dar a conocer sus funciones.

INTRODUCCIÓN

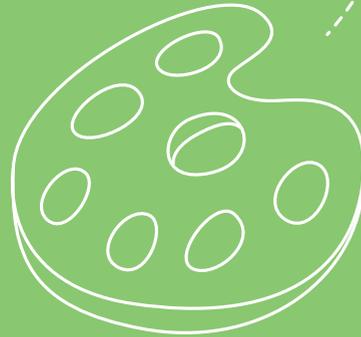
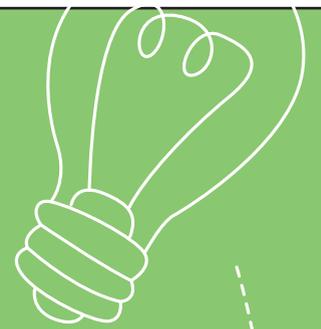
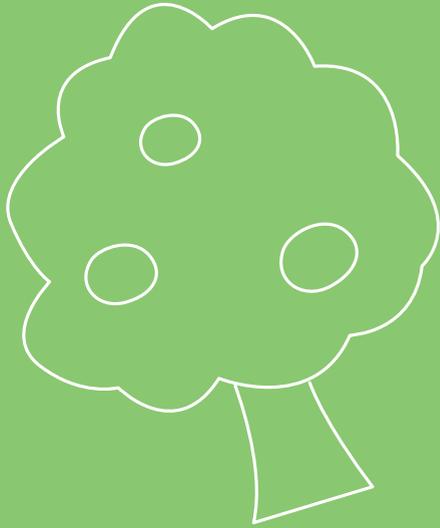


El proyecto a desarrollarse abordará el tema de la organización “Aldeas Infantiles SOS” en la República Dominicana, enfocado en un plan de comunicación para el año 2018. Aldeas Infantiles SOS es una organización Internacional que radica en más de 134 países y se enfoca en el desarrollo integral de los niños, niñas y adolescentes y jóvenes, pero que carece de comunicación en el público dominicano.

Sus acciones son desarrolladas desde la perspectiva de Derechos, promoviendo enfáticamente la protección Infantil. A través del concepto de Aldeas Infantiles SOS, la organización ha sido pionera, al definir un enfoque familiar a corto y mediano plazo, basado en el Interés Superior del Niño (ISN), a través de programas de Acogimiento Familiar y aborda aspectos de prevención, mediante programas de Fortalecimiento Familiar en comunidades vulnerables de nuestro país.

Entre los valores de la empresa se encuentran:

- Audacia
- Confianza
- Compromiso
- Responsabilidad



CAPÍTULO 1: MARCO TEÓRICO



1.1. UNICEF. ¿Qué es UNICEF?



<http://www.master-logo.blogspot.com/>

UNICEF inicia en el año 1946, con la misión de socorrer niñas y niños que estaban sufriendo por los efectos de la Segunda Guerra Mundial que recién terminaba. Rápidamente fue ampliando, abarcando también a niñas y niños que se encontraban amenazados en los países de desarrollo.

60 años más tarde, UNICEF cuenta con más de 7,000 personas como personal que cumplen funciones en aproximadamente 57 países. La labor de UNICEF es dividida en cinco esferas principales, las cuales favorecen a respaldar una infancia positiva para todos los niños y contribuyen de manera exitosa a la lucha contra la pobreza, junto a estrategias de promoción y establecimiento de alianzas que producen inversiones orientadas al desarrollo, supervivencia y protección de la infancia.

Las cinco esferas son:

- Educación básica e igualdad de género: su objetivo es colaborar a la conquista del 2do y 3er objetivo de desarrollo del Milenio, es decir, UNICEF coopera con otros países y gobiernos que donan junto a otros organismos de las Naciones Unidas. En conjunto ayudan a fomentar la asignación de fondos y actividades relacionadas a la educación universal primaria e igualdad de género.

En esta etapa, UNICEF realiza labores para disminuir la disparidad de género, y fomenta la participación en la educación básica escolar y terminación de la escuela primaria. También buscan mejorar la higiene, suministro de agua y el saneamiento ambiental de las escuelas, con el fin de asegurar un ambiente limpio y acogedor para los niños.

- El VIH/SIDA y la infancia: con el objetivo de combatir esta enfermedad, UNICEF colabora con otros gobiernos, organizaciones sin fines de lucro y agrupaciones religiosas, en organizar campañas de educación para prevención y capacitación sobre la enfermedad, sobretodo en los adolescentes.

- Protección a la infancia: apoyando a la sección 6 de la Declaración del Milenio, UNICEF fomenta los ámbitos que ayudan a prevenir y responder a la violencia, explotación, abuso y discriminación, a los niños que han quedado en un estado de vulnerabilidad por situaciones de emergencia.

- Análisis de políticas, promoción y alianzas en pro de los derechos de la infancia: las funciones de UNICEF en este ámbito se centran en establecer asociaciones a nivel mundial para el desarrollo, en fortalecer políticas y fomentar el derecho de la infancia a la supervivencia y desarrollo pleno.

UNICEF alienta a realizar inversiones para obtener resultados pro al bienestar de la infancia. A través de una larga lista de alianzas junto a gobiernos, agrupaciones privadas y organismos regionales, UNICEF participa en el desarrollo de planes de estrategias a favor de la lucha contra la pobreza.

Además, UNICEF también fomenta la participación de las niñas, niños y jóvenes al momento de tomar decisiones relacionadas a su propio bienestar. A raíz de esto, se llevan a cabo diferentes actividades como defensa de los derechos de los niños y la libertad en pensamiento y la expresión a través de un sitio web, donde tienen la oportunidad de intercambiar opiniones e ideas.

- Avances y desafíos: mediante esta etapa, UNICEF busca preparar a los niños, niñas y adolescentes a alcanzar un crecimiento y futuro exitoso, demostrando los desafíos que podría mostrar la vida a su paso y cómo superar estos obstáculos.

1.1. Porcentaje de mortalidad entre 2016 y 2030

Un total de 69 millones de niños menores de cinco años morirán debido a causas que en su mayoría se pueden evitar, 167 millones de niños vivirán en la pobreza y 750 millones de mujeres se habrán casado siendo aún niñas en el 2030, a menos que el mundo concentre sus esfuerzos en mejorar la situación de los niños más desfavorecidos, según un informe publicado por el Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF).

El Estado Mundial de la Infancia, el principal informe anual de UNICEF, describe un panorama desolador sobre lo que les espera a los niños más pobres del mundo si los gobiernos, los donantes, las empresas y las organizaciones internacionales no aceleran los esfuerzos para solucionar sus necesidades.

El informe señala que se han logrado progresos considerables en la tarea de salvar las vidas de los niños y de lograr que vayan a la escuela, así como de sacar a mucha gente de la pobreza.

Las tasas mundiales de mortalidad de menores de cinco años se han reducido a más de la mitad desde 1990, los niños y niñas asisten a la escuela primaria en un pie de igualdad en 129 países y el número de personas que viven en la extrema pobreza en todo el mundo es casi la mitad de lo que ocurría en la década de 1990.

Pero este progreso no ha sido uniforme ni justo, dice la publicación. Los niños más pobres tienen el doble de probabilidades que los más ricos de morir antes de cumplir cinco años y de sufrir desnutrición crónica.

“República Dominicana está dando importantes pasos para reducir las inequidades de niños y niñas, sin embargo aún existen muchos desafíos para ofrecerles a todos una oportunidad justa; son los más pobres los que acumulan mayor mortalidad, mayor abandono escolar, menor registro de nacimiento, mayor embarazo adolescente y mayor número de uniones tempranas”, afirmó Rosa Elcarte, representante de UNICEF.

La tasa de mortalidad neonatal en la República Dominicana es de 25 por cada 1,000 nacidos vivos. Es la tercera más alta de América Latina, sólo Haití y Guyana la superan.

Cada día mueren 13 bebés antes de tener 28 días de nacidos, el 80% de estas muertes son por causas evitables.

La probabilidad que tiene un niño pobre de morir antes de los 5 años (39 por mil nacidos vivos) es casi el doble que la de un niño rico (21 por mil nacidos vivos).

En el ámbito educativo, el 26.8% de los niños más pobres están fuera de la escuela secundaria en

comparación con el 4.3% de los niños más rico. Por otro lado, el 12% de los niños y niñas menores de 5 años no están inscritos en el Registro de Nacimiento, esto representa más de 175,300 niños y niñas.

Mientras casi todos los niños y niñas más ricos, menores de cinco años, tienen registro de nacimiento (98.3%), el 27.5% de los más pobres no están inscritos. Más de 721,000 niños y niñas de 1 a 14 años sufren agresiones psicológicas o castigos físicos en sus hogares. Esto representa el 62.9% del total de los niños y niñas que viven en República Dominicana. No se observan diferencias significativas entre ricos y pobres o rurales y urbanos, debido a que el problema se debe fundamentalmente a patrones socioculturales.

En cuanto al embarazo en adolescentes, 1 de cada 5 adolescentes entre 15 y 19 ha estado o está embarazada (199,580).

En las adolescentes más pobre el porcentaje de embarazadas es 10 ,41.10% veces más alto que en las más ricas 4.70%. Por otro lado, 20,588 niñas de 10 a 14 años ya han tenido un hijo.

El porcentaje de niñas casadas o unidas antes de cumplir 15 años de edad en República Dominicana es de 11.70%, superior a la media latinoamericana, 5%, y antes de los 18 años es de 37.10%, en América Latina es 23%.

El matrimonio adolescente está íntimamente ligado a la pobreza en República Dominicana. El 58.60% de las niñas más pobres están casadas o unidas antes de los 18 años, mientras que el porcentaje de las niñas más ricas es de 18.40%. Las uniones tempranas condicionan el desarrollo de las niñas, las exponen a la violencia, el abuso y el embarazo adolescente y perpetúan el círculo de la pobreza intergeneracional.

Para acabar con las inequidades se debe conocer quiénes son y dónde están los niños y las niñas que estamos dejando atrás, aumentar la inversión en la infancia y focalizar esta inversión en políticas y programas que favorezcan a los más pobres.

El análisis de República Dominicana se hizo basado en el estudio “Estado Mundial de la Infancia” y en los datos de la Encuesta Nacional de Hogares - MICS 2014.

Al concluir la presentación, Rosa Elcarte afirmó que la responsabilidad no es solo del Gobierno, por lo que llamó a las comunidades, las familias y los propios niños, niñas y adolescentes a tener una participación activa para mejorar la equidad y promover cambios socioculturales que ofrezcan una oportunidad justa a todos los niños en el país. (UNICEF, 2016)

“721,000
NIÑOS Y NIÑAS
DE 1 A 14 AÑOS
SUFREN DE
AGRESIONES
PSICOLÓGICAS
Y CASTIGOS
FÍSICOS
EN SUS
HOGARES”

(UNICEF, 2016)

1.2. Código para protección de los derechos de los niños y adolescentes

Artículo 8. - DERECHO A MANTENER RELACIONES PERSONALES Y CONTACTO DIRECTO CON EL PADRE Y LA MADRE. Todos los niños, niñas y adolescentes tienen derecho, de forma regular y permanente, a mantener relaciones personales y contacto directo con el padre y la madre, aún cuando exista separación entre éstos, salvo que ello sea contrario a su interés superior, lo que debe ser comprobado y autorizado por la autoridad judicial competente

Art. 9.- RELACIONES CON ABUELOS. El padre y la madre, el tutor o responsable, no pueden, salvo motivos graves, oponerse a las relaciones personales del niño, niña o adolescente con sus abuelos. A falta de acuerdo entre las partes, las modalidades de esas relaciones serán reguladas por la sala civil del Tribunal de Niños, Niñas y Adolescentes correspondiente

Párrafo.- Considerando situaciones excepcionales, la sala civil del Tribunal de Niños, Niñas y Adolescentes puede acordar un derecho de comunicación o de visita a otras personas, parientes o no.

Art. 10.- DERECHO A LA CULTURA, DEPORTE, TIEMPO LIBRE Y RECREACIÓN. Es obligación del Estado, en especial de las instituciones que integran el Consejo Nacional para la Niñez y Adolescencia (CONANI), garantizar a todos los niños, niñas y adolescentes el derecho a:

- a) Disfrutar de todas las manifestaciones culturales que aporten al desarrollo integral de su persona
- b) Espacios adecuados para hacer uso apropiado del tiempo libre.
- c) Jugar y participar en actividades recreativas y deportivas.
- d) Educación en áreas artísticas.
- e) Actividades que fomenten el desarrollo del talento y la creatividad.
- f) Disfrutar de una cultura de paz.

Párrafo.- Para estos fines, además de las obligaciones de otras entidades del Estado, todos los ayuntamientos son responsables de garantizar la existencia de espacios públicos, deportivos y recreativos adecuados para que los niños, niñas y adolescentes puedan disfrutar de este derecho.

Art. 11.- DERECHO AL MEDIO AMBIENTE SANO. Todos los niños, niñas y adolescentes tienen derecho a un medio ambiente sano y a la preservación y

disfrute del paisaje. La familia, la comunidad y el Estado deberán garantizar que el ambiente en que se desarrolle el niño, niña y adolescente esté libre de contaminación e impida que ponga en peligro su salud. Para tales fines:

a) La familia proporcionará un hogar higiénico y en condiciones habitables y educará a sus hijos e hijas en hábitos que favorezcan la protección del entorno;

b) El Estado promoverá la educación medioambiental de los niños, niñas y adolescentes y creará los mecanismos necesarios para proteger el ambiente en el que viven.

Art. 12.- DERECHO A LA INTEGRIDAD PERSONAL. Todos los niños, niñas y adolescentes tienen derecho a la integridad personal. Este derecho comprende el respeto a la dignidad, la inviolabilidad de la integridad física, síquica, moral y sexual, incluyendo la preservación de su imagen, identidad, autonomía de valores, ideas, creencias, espacio y objetos personales.

Párrafo.- Es responsabilidad de la familia, el Estado y la sociedad protegerlos, contra cualquier forma de explotación, maltrato, torturas, abusos o negligencias que afecten su integridad personal.

Art. 13.- DERECHO A LA RESTITUCIÓN DE DERECHOS. El Estado Dominicano tiene la responsabilidad de proteger a todos los niños,

niñas y adolescentes contra toda forma de abuso, maltrato y explotación, sin importar el medio que se utilice, incluyendo el uso de internet o cualquier vía electrónica.

Párrafo.- Para estos casos, se procederá a la restitución de los derechos violados o amenazados por medio de la ejecución de medidas de protección previstas en el presente Código. La familia y la sociedad, en su conjunto, deben participar y exigir este derecho.

Art. 14.- DERECHO A QUE SEA DENUNCIADO EL ABUSO EN SU CONTRA. Los profesionales y funcionarios de las áreas de la salud, pedagogía, sicología, trabajo social y agentes del orden público, directores y funcionarios, tanto públicos como privados, y cualquier otra persona que en el desempeño o no de sus funciones tuviere conocimiento o sospecha de una situación de abuso o de violación de los derechos de los niños, niñas y adolescentes, están obligados a denunciarla ante las autoridades competentes, estando exentos de responsabilidad penal y civil, con respecto a la información que proporcionen.

Párrafo.- El incumplimiento de esta obligación conlleva una sanción penal de uno (1) a tres (3) salario mínimo establecido oficialmente. La sala penal del Tribunal de Niños, Niñas y Adolescentes es competente para conocer de esta infracción.

Art. 15.- DERECHO A LA LIBERTAD. Todos los niños, niñas y adolescentes tienen derecho a la libertad personal, de conciencia, pensamiento, religión, asociación y demás derechos y libertades establecidas en la Constitución, la Convención Internacional de los Derechos del Niño y este Código.

Art. 16.- DERECHO A OPINAR Y SER ESCUCHADO. Todos los niños, niñas y adolescentes tienen derecho a expresar libremente su opinión, ser escuchados y tomados en cuenta, de acuerdo a su etapa progresiva de desarrollo.

Párrafo I.- Este derecho se extiende a todos los ámbitos en que se desenvuelven los niños, niñas y adolescentes: estatal, familiar, comunitario, social, escolar, científico, cultural, deportivo y recreacional.

Párrafo II.- Se garantiza a todos los niños, niñas y adolescentes el ejercicio personal y directo de este derecho, especialmente en todo procedimiento administrativo o judicial que conduzca a una decisión que esté vinculada a la garantía de sus derechos e intereses.

Art. 17.- DERECHO A PARTICIPAR. Todos los niños, niñas y adolescentes tienen derecho a participar libre, activa y plenamente en la vida familiar, comunitaria, social, escolar, científica, cultural, deportiva y recreativa, así como la incorporación progresiva a la ciudadanía activa. El Estado, la familia y la sociedad deben crear y fomentar

oportunidades de participación de todos los niños, niñas y adolescentes y sus asociaciones.

Art. 18.- DERECHO A LA INTIMIDAD. Todos los niños, niñas y adolescentes tienen derecho al honor, reputación e imagen propia, a la vida privada e intimidad personal y de la vida familiar. Estos derechos no pueden ser objeto de injerencias arbitrarias o ilegales del Estado, personas físicas o morales.

Art. 19.- DERECHO A LA DIVERSIÓN. Todos los niños, niñas y adolescentes tendrán acceso a las diversiones y espectáculos públicos propios o clasificados como adecuados para su edad. Párrafo I.- Los niños y niñas menores de diez (10) años solamente podrán ingresar o permanecer en los lugares de presentación o exhibición cuando estén acompañados de sus padres o responsables.

Párrafo II.- Las emisoras de radio o televisión transmitirán en horario clasificado para niños, niñas y adolescentes, programas con finalidad educativa, artística, cultural, informativa y formativa en valores y prevención de la violencia. Párrafo III.- Todo programa será presentado o anunciado con la clasificación antes, durante y al finalizar el mismo. Párrafo IV.- Los responsables de espectáculos públicos y diversión colocarán visiblemente, a la entrada del lugar, la información detallada sobre la naturaleza del espectáculo y su clasificación en cuanto a las edades a partir de las cuales se permitirá el acceso.



ALDEAS INFANTILES SOS

<http://www.venezuelasinlimites.org/>

1.3. ¿Qué son las Aldeas Infantiles SOS?

Las Aldeas Infantiles SOS es una organización de carácter no gubernamental, sin fines de lucro dedicada a ofrecer un hogar y una familia estable a niños huérfanos, abandonados y/o en condiciones de vulnerabilidad, sin distinción de raza, credo o nacionalidad, con el propósito de brindarles una preparación sólida para enfrentar la vida. Uno de sus objetivos principales es preparar a nuestros jóvenes sólidamente para una vida posterior autónoma, donde puedan ser personas útiles a nuestra sociedad.

Aldeas Infantiles SOS fortalece familias que están en riesgo y proporciona entornos familiares para que los niños, niñas y jóvenes que por alguna razón han perdido el cuidado de sus padres, tengan una nueva oportunidad de crecer en una familia llena de amor, respeto y seguridad donde puedan vivir y desarrollarse como individuos. La organización trabaja este objetivo con las familias SOS y las comunidades en situación de vulnerabilidad.

1.3.1. Sin fines de lucro

Aldeas Infantiles SOS es una organización internacional de desarrollo social sin fines de lucro, no gubernamental e independiente. Desarrolla su labor en el mundo desde 1949. Su objetivo es ofrecer a los niños, niñas y jóvenes privados del cuidado de sus padres, o que por alguna razón no pueden estar con sus familias de origen, un entorno familiar y una formación sólida para alcanzar una vida autónoma.

La organización desarrolla sus programas actualmente en 132 países y territorios en el espíritu de la Convención sobre los Derechos del Niño de las Naciones Unidas (CDN) Apoya a niños, niñas y jóvenes privados del cuidado de sus padres a través del Programa de Acogimiento Familiar en las Aldeas Infantiles SOS. Además, implementa el Programa de Fortalecimiento Familiar y Desarrollo Comunitario para que niños, niñas y jóvenes y sus familias de origen fortalezcan sus mecanismos de protección y atención.



Basada en su experiencia, la organización concibe estas dos intervenciones como complementarias; y considera que se deben realizar todos los esfuerzos posibles para que los niños, niñas y jóvenes permanezcan en sus familias de origen, y aquellos niños, niñas y jóvenes para quienes esto no es viable, deben tener el mismo derecho de crecer con la protección de un entorno familiar.

Trabajamos para integrar social y familiarmente a los niños, niñas y jóvenes, impulsando su autonomía y emancipación en igualdad de derechos y obligaciones que el resto de los jóvenes, consiguiendo que sean y se sientan ciudadanos válidos para la sociedad.



<http://www.sobremesaradio.com>



1.3.2. Misión

Creamos familias para niñas y niños necesitados, los apoyamos a formar su propio futuro y participamos en el desarrollo de sus comunidades.

Creamos familias para los niños/as que lo necesitan. Trabajamos en favor de niños/as huérfanos, abandonados o cuyas familias no pueden hacerse cargo de ellos. Les damos a estos niños/as la oportunidad de crear relaciones duraderas dentro de una familia. Nuestro modelo familiar en Aldeas Infantiles SOS se basa en cuatro principios: Cada niño/a necesita una madre, y crece de la manera más natural con hermanos y hermanas, en su propia casa, dentro del entorno de una aldea que lo apoya.

Los apoyamos a formar su propio futuro. Brindamos a los niños/as la posibilidad de vivir de acuerdo con su propia cultura y religión, y de llegar a ser miembros activos de la comunidad. Ayudamos a los niños/as a descubrir y expresar sus habilidades, intereses y talentos individuales. Nos aseguramos que los niños/as reciban la educación y la formación

que necesitan para ser miembros activos y exitosos de la sociedad.

Participamos en el desarrollo de sus comunidades, en la vida comunitaria y respondemos a las necesidades de desarrollo social de sus miembros más vulnerables - los niños/as y jóvenes. Establecemos instituciones y programas que tienen como meta fortalecer a las familias y prevenir el abandono de los niños/as. Unimos esfuerzos con los miembros de la comunidad para brindar educación y atención médica, y también para responder a emergencias.

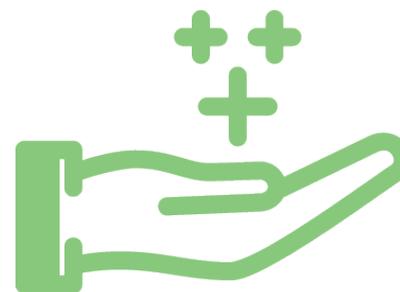


1.3.3. Visión

Lo que queremos para las niñas y niños: Cada niña y cada niño pertenece a una familia y crece con amor, respeto y seguridad. Cada niño/a pertenece a una familia.

La familia es el núcleo de la sociedad. Dentro de una familia cada niño/a es protegido y disfruta de un sentido de pertenencia. Aquí los niños/as

aprenden valores, comparten responsabilidades y establecen relaciones que perduran toda la vida. Un entorno familiar les ofrece una base sólida sobre la cual pueden construir sus vidas.



1.3.4. Valores

Lo que queremos para las niñas y niños: Cada niña y cada niño pertenece a una familia y crece con amor, respeto y seguridad. Cada niño/a pertenece a una familia.

La familia es el núcleo de la sociedad. Dentro de una familia cada niño/a es protegido y disfruta de un sentido de pertenencia. Aquí los niños/as aprenden valores, comparten responsabilidades y establecen relaciones que perduran toda la vida. Un entorno familiar les ofrece una base sólida sobre la cual pueden construir sus vidas.

1.3.5. Programas

1.3.5.1. Acogimiento familiar

El Programa de Acogimiento se basa en un modelo familiar de atención a largo plazo, en donde se cuida y protege a niños y niñas en abandono o que han perdido el cuidado de sus padres, permitiéndoles desarrollarse en un entorno adecuado a sus necesidades. Los niños y niñas acogidos en este programa están bajo el cuidado de una Madre SOS, quien se encarga de proveer los cuidados y todas las herramientas para que puedan crecer en calor de hogar; asisten a la escuela, participan en actividades de la comunidad, realizan actividades extracurriculares, en fin, todas las actividades de las que participa una familia convencional.

Con este programa buscamos que cuando los niños y niñas crezcan, lleguen a ser jóvenes con apropiado desarrollo emocional y afectivo, con sentido de pertenencia del hogar donde recibió atención y cuidados reconociendo y practicando los valores sociales, espirituales y morales de su entorno e integrándose adecuadamente a dentro de la sociedad.

1.3.5.2. Fortalecimiento familiar

Los Programas de Fortalecimiento Familiar fueron puestos en marcha en nuestro país en el año 2006. En ellos apoyamos y reconocemos a las familias y comunidades como los protagonistas principales en la protección y para el desarrollo de los niños y niñas.

A través de los servicios que ofrecen los Centros Comunitarios de Aldeas Infantiles SOS República Dominicana, estamos dando respuestas a las crecientes necesidades de familias que viven en pobreza, muchas veces encabezados por mujeres solas con varios hijos. Apoyamos a niños y adultos para mejorar sus condiciones de vida y prevenir el abandono infantil. Reconocemos a las familias y comunidades como los protagonistas principales en la protección de las niñas y niños.

Por esta razón se trabaja de manera integral con cinco componentes: niños, niñas, mujeres, familias y comunidad, apoyando su desarrollo para que puedan brindar y garantizar protección y desarrollo integral.

En la actualidad este programa es implementado los sectores de Los Mina (Sto. Dgo. Este) y el Cienfuegos (Santiago De Los Caballeros), con 10 Centros Comunitarios (3 en Santo Domingo y 7 en Santiago) donde 500 niños y niñas se benefician

directamente del apoyo que reciben del programa, sin olvidar mencionar a sus familiares que son los beneficiarios indirectos.

Nuestra organización se centra en el cuidado y apoyo a niñas y niños que han perdido, o están en riesgo de perder, el cuidado de su familia biológica. El objetivo de los programas de fortalecimiento familiar es evitar que las niñas y niños pierdan el cuidado de su familia. Empoderamos a las familias para que fortalezcan su capacidad de proteger y cuidar a sus niñas y niños, y fortalezcan las redes de seguridad para niñas y niños vulnerables y sus familias dentro de la comunidad. (Sin Fines de Lucro, 2010)



<http://www.sobremesaradio.com>

1.3.6. Hogares que acogen huérfanos no adoptados en RD

A pesar de que la tendencia en los últimos años ha sido un aumento en los casos de adopciones y que más niños y niñas están siendo adoptados por familias dominicanas, en el país hay miles de infantes huérfanos y en situación de riesgo social que por diversas razones no llegan a ser adoptados.

A esos niños y niñas, el Estado está obligado a asistirlos y protegerlos para garantizar su desarrollo integral y el ejercicio pleno de sus derechos fundamentales.

El órgano encargado de realizar esa tarea es el Consejo Nacional para la Niñez y la Adolescencia (Conani), el cual tiene bajo su supervisión unas 350 Organizaciones No Gubernamentales (ONG), que acogen a una gran parte de estos niños para proporcionarles, atendiendo a sus necesidades sociales, salud física y emocional, y una mejor vida basada en un modelo familiar.

1.3.7. Aldeas SOS

Entre esas ONG se encuentran la Asociación de Aldeas Infantiles SOS República Dominicana, fundada por la Comisión de Kinderdorf Internacional, radicada en Innsbruck-Austria. Es una organización sin fines de lucro que acoge a niños en situación de orfandad o que por razones de pobreza, de salud o psicológicas, sus padres no pueden cuidarlos, reemplazando a la familia natural del huérfano o abandonado, por una familia que le brinda seguridad alimenticia, educación, techo y los servicios de salud que amerite cada caso en particular.

Aldeas SOS tiene presencia en 132 países del mundo y en República Dominicana desde hace 32 años funcionan tres: en Los Jardines del Norte, en el Distrito Nacional; Los Minas, en Santo Domingo Este, y Los Cocos de Jacagua, en Santiago.

Según explica Jenry Farfán, asesor de mercadeo y comunicación de la Oficina de Coordinación Nacional de Aldeas SOS, en total estos hogares acogen a 1,200 niños y adolescentes, y a la fecha hay registrados 650 aldeanos egresados.

Farfán afirma que la mayoría de ellos son entes productivos y exitosos que han devuelto a la

sociedad, y a las propias aldeas, algo de lo que recibieron durante su desarrollo. “Entre esos egresados tenemos médicos, contables, periodistas, ingenieros, profesores y empresarios”, asegura.

1.3.8. Egreso de las aldeas

Cuando los aldeanos están en la edad de 15 a 16 años egresan de las Aldeas hacia las residencias de jóvenes, que son hogares donde continúan su formación técnica-profesional.

A nivel nacional existen seis y allí tienen la oportunidad de vivir experiencias que los ayudarán a desarrollar su personalidad y prepararse para su vida independiente, asegura Farfán.

En las Aldeas se manejan dos modalidades de atención a la niñez: familias SOS, que crea familias sustitutas para los niños que no tienen, y familias de origen que trabaja en comunidades vulnerables a la desprotección para prevenir el abandono, a través de nueve centros comunitarios en los que apoyan a las familias biológicas con el cuidado y educación de sus hijos.



Instagram @aldeasinfantiles_es



1.3.9. Madres SOS

Cada familia SOS cuenta con una madre que tiene bajo su cuidado de 8 a 12 niños en una misma casa. Farfán explica que el perfil de una madre SOS es que sean señoras con deseo maternal, viudas, que no tengan hijos o que si los tiene que ya sean grandes. Estas mujeres son capacitadas y entrenadas por tres años y por cuidar de sus hijos reciben un incentivo de ocho a 12 mil pesos dependiendo del tiempo que tengan en su labor.

Farfán manifiesta que las Aldeas SOS, en este país, han pasado por grandes dificultades para la manutención de esos niños porque no reciben apoyo fijo del Estado. Este año los aldeanos solo fueron favorecidos con 120 mochilas por parte del Gobierno.

1.3.10. Recepción de niños

En estos hogares acogen a menores de cero a nueve años con buen estado de salud física y mental, que han perdido a sus progenitores o a uno de ellos, o que han sido abandonados. Estos niños llegan por diferentes vías: desde el Conani, por las escuelas, iglesias y familias afectadas. (J. Farfán, n/a)



<https://www.sos-usa.org>

1.3.11. Modelo de formación familiar, educativa y de salud

Es como si se tratara de una comunidad aparte, integrada a la República Dominicana e influenciada por los problemas sociales y económicos y por los dimes y diretes de los políticos, pero aparte.

Así son las Aldeas Infantiles SOS: una comunidad organizada en base a una economía subsidiada, con una escuela, un dispensario médico y una población de pequeños, en donde la regla es reconstruir las vidas de niños huérfanos, abandonados o en desventaja social, por medio del amor materno.

En fin, luego de la Segunda Guerra Mundial un sueño hecho realidad por su ideólogo Hermann Gmeine, quien también era huérfano y hoy día, un modelo a seguir.

La Escuela Kindergarten y Primaria Hermann Gmeiner y el Dispensario Médico del mismo nombre, dependencias de las Aldeas Infantiles SOS, ubicadas en el barrio Puerto Rico, en Los Mina, son una muestra de esto. Estas instituciones, además de brindar servicios a los residentes en las Aldeas, también velan por la salud y la educación de los habitantes de este sector y otros aledaños.

Con capacidad para recibir 425 alumnos, esta escuela surge en 1984 con el interés de ejecutar un proceso de enseñanza-aprendizaje dinámico y a la

vez formar estudiantes cuyo nivel académico les permita ser entes competitivos.

Desde sus inicios hasta la fecha, este objetivo continúa perenne y un ejemplo palpable son María Almonte y José Luis Marcelino, quienes gracias a la formación familiar y académica recibida se han convertido en jóvenes valiosos ante los ojos de la sociedad.

María cursa el último semestre de la carrera de Medicina en la Universidad Autónoma de Santo Domingo y labora, en su tiempo libre, en el Dispensario médico, mientras que José Luis es licenciado en Comunicación Social, fotógrafo, padre de una niña y ante todo un hijo SOS amoroso y agradecido de la formación, cariño y protección recibida en las Aldeas.

María vivió 20 años de su vida en las Aldeas y al igual que José Luis, llegó a los seis años de edad, de manos de su padre y a raíz de la muerte de su madre. Allí convivió junto a su hermana Cecilia María (La Mella), quien estudia Contabilidad en la Universidad del Caribe y otros ocho niños más.

Según cuentan las Aldeas es para ellos algo más que un espacio donde vivieron su niñez y adolescencia, es el futuro, amor, porvenir, alegría y sonrisa.

“Soy de un campo llamado Los Rieles, en La Vega, y vine a las Aldeas por gracia de Dios, de verdad te lo digo, porque hoy yo me pongo a ver cómo

viven los muchachos de mi generación y tienen tres y cinco muchachos y no tienen otra alternativa que trabajar la tierra. En principio mi papá sentía remordimiento, pero hoy al ver los resultados, se siente orgulloso de mí”, puntualiza José Luis.

1.3.12. Atención diversificada

Como bien explica la directora del centro educativo, Juana Álvarez (Priscila), los profesores que laboran en esta escuela cuentan con la preparación adecuada para asegurar a los niños y niñas una buena base académica sustentada en lo que denomina una atención diversificada.

Cuando los estudiantes terminan la educación básica logran ingresar sin ningún problema a las mejores escuelas secundarias de la ciudad, y esto es una garantía de la buena formación académica, explica Juana Álvarez.

Actualmente la escuela cuenta con una matrícula de 23 profesores y 600 estudiantes, 250 residentes en las Aldeas y 350 procedentes de diferentes barrios de la Zona Oriental.

Nosotros como escuela tenemos una parte que es laboral, donde los niños de séptimo y octavo tienen un horario especial. En la mañana se cumple con la carga académica curricular y en la tarde hay supervisión de tareas y talleres de belleza, cocina,

costura e informática, dice Álvarez.

Como colegio privado es supervisado por la Secretaría de Educación y los padres tienen que pagar una cuota de RD \$300 para que sientan algún compromiso. Al igual que en otros centros educativos, en esta escuela se imparten dos tandas, de 7:00 de la mañana hasta el mediodía y de 1:40 a 5:15 de la tarde.

1.3.13. Dispensario médico

Con el interés de brindar servicio de salud a los niños de las Aldeas y residentes en las comunidades cercanas, fue creado el Dispensario médico Hermann Gmeiner, el cual es dirigido por el pediatra Rogelio Funcia. Aquí, antes de ingresar un niño a las Aldeas, se le practica un chequeo médico completo a fin de determinar si tiene parásitos, anemia o falcemia, enfermedades que por lo general son las más frecuentes en estos infantes.

Consultas de pediatría, ginecología, odontología y dermatología se ofrecen a diario mañana y tarde por un equipo de seis médicos. Además cuenta con laboratorio y vacunación gratuita. Las consultas de pediatría se ofrecen de 8:00 de la mañana a 12:00 del mediodía, las de ginecología y odontología de 2:00 a 5:00 de la tarde. Mientras que las dermatológicas sólo se ofrecen los viernes de 8:00 a 12:00 por las mañanas. Cada consulta tiene un costo de RD\$20.

1.3.13. Más sobre las Aldeas Infantiles SOS

Las Aldeas Infantiles SOS fueron fundadas en el país hace unos 25 años por el austríaco Hermann Gmeiner. Pertenece a SOS Kinderdorf Internacional, que es una institución que trabaja en todo el mundo.

Actualmente existen en el país tres Aldeas, una en Los Jardines del Norte, una en Jacagua, Santiago y otra en el barrio Puerto Rico en Los Mina. Las Aldeas de Santiago tan sólo tienen dos años operando. Estas tres Aldeas acogen actualmente unos 500 niños, en edades oscilantes de 0 a 20 años.

Funcionan en base a una economía subsidiada, un 80% por entidades europeas y 20% por el Gobierno e instituciones privadas.

Además, desde su fundación opera el sistema de padrinazgo, a través del cual cada niño tiene uno o dos padrinos que aportan ayuda económica para el mantenimiento educacional, alimenticio, recreativo y de salud de los infantes.

También, con el interés de recaudar recursos, actualmente fue creado el Club de Amigos, a través del cual quien desee hacerse socio puede contribuir económicamente con la cantidad que pueda pagar, ya sea semanal, mensual o anualmente.

En las Aldeas del Barrio Puerto Rico hay 18 unidades familiares y unos 140 niños. Cada aldea debe tener un máximo de 10 niños dirigidos por una mamá sustituta y se manejan como un barrio, donde cada cabeza de familia (la madre) maneja un presupuesto, determina cuáles son las necesidades de los hijos y hasta qué desayuno, comida o cena preparar.

De igual modo, el niño SOS es parte de la comunidad en general. Visita a los vecinos, va al colmado, al catecismo y la iglesia, pero, siempre bajo la supervisión de la tutora. (Margarita Quiroz, 2005)



<https://newsliferd.blogspot.com>



1.4. Concepto de publicidad

La publicidad según Stanton, Walker y Etzel (1996) “la publicidad es una comunicación no personal, pagada por un patrocinador claramente identificado, que promueve ideas, organizaciones o productos.

Los puntos de venta más habituales para los anuncios son los medios de transmisión por televisión y radio y los impresos (diarios y revistas). Sin embargo, hay muchos otros medios publicitarios, desde los espectaculares a las playeras impresas y, en fechas más recientes, el internet.” (Stanton, Walker y Etzel, 1996)

1.5. Concepto de comunicación

El término comunicación procede del latín *communicare* que significa “hacer a otro partícipe de lo que uno tiene”.

La comunicación es la acción de comunicar o comunicarse, se entiende como el proceso por el que se transmite y recibe una información. Todo ser humano y animal tiene la capacidad de comunicarse con los demás.

Para que un proceso de comunicación se lleve a cabo, es indispensable la presencia de seis elementos: que exista un emisor; es decir, alguien que transmita la información; un receptor, alguien a quien vaya dirigida la información y que la reciba; un contacto por medio de un canal de comunicación, que puede ser muy variado: el aire por el que circulan las ondas sonoras, el papel que sirve de soporte a la comunicación escrita, la voz, etc.

Asimismo, que exista una información o mensaje a transmitir; un código o sistema de signos común al receptor y al emisor, donde el mensaje va cifrado, los signos pueden ser no lingüísticos (símbolos, señales e iconos) y lingüísticos (escrituras, sonidos, concepto asociado, sentido, etc.); y por último, que el mensaje tenga un referente o realidad, al cual alude mediante el código.

1.6. Concepto de comunicación online

La comunicación online consiste en el intercambio de mensajes a través de las distintas plataformas que ofrece Internet y tiene ciertas características que hacen que requiera un enfoque especial. La comunicación online es inherentemente bidireccional.

No se trata de una empresa enviando mensajes a su público objetivo, sino de una conversación con tus grupos de interés en la que la entidad también es receptora. Es continua y rápida. El diálogo online se produce a una velocidad asombrosa y durante las 24 horas del día. Es dinámica y multiformato. Cada vez más entidades se adhieren al principio de comunicar no solo a través de texto, sino con imágenes, vídeo y audios. Es multiplataforma. Debe estar adaptada a distintos dispositivos: ordenador, tablets, móvil, etc. En definitiva, la comunicación online es compleja, pero imprescindible.

1.7. Concepto de plan de comunicación

El Plan de Comunicación debe diseñarse teniendo en cuenta toda la problemática de la entidad y de acuerdo con su dimensión y sus características. Se trata de una herramienta de trabajo, contemplada para ser rentable y eficaz. A ser posible debe de ser aprobado por la mayor parte de los cuadros directivos de la empresa y conviene que a su vez cada uno de los directivos haya contrastado con sus colaboradores los aspectos del plan que les pueda afectar. (Xavier Ribera, El Plan de Comunicación)

1.8. Redes Sociales

Las profesoras estadounidenses, Danah Boyd y Nicole Ellison, definen los servicios de redes sociales como “servicios con sede en la red que permiten a los individuos: 1) construir un perfil público o semipúblico dentro un sistema delimitado o cerrado, 2) articular una lista de otros usuarios con los que comparten relaciones, 3) ver y recorrer esa lista de relaciones que las personas relacionadas tienen con otras dentro del sistema. (Boyd y Ellison 2007)

1.8.1. Instagram

Es una aplicación que actúa como red social ya que permite a sus usuarios subir cualquier tipo de fotos y videos a internet. Dicha aplicación permite tener la cuenta tanto de forma privada o pública para sus seguidores, además cuenta con una función de mensaje directo entre uno o más personas y ofrece otro apartado llamado Instagram stories cuya duración del contenido publicado ya sean fotos o videos cortos tiene una duración limitada a 24 horas.

1.8.2. Facebook

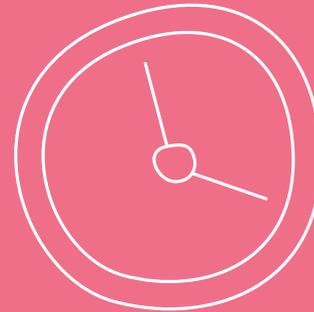
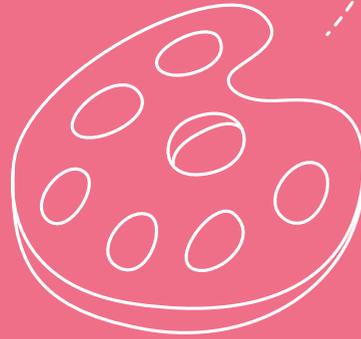
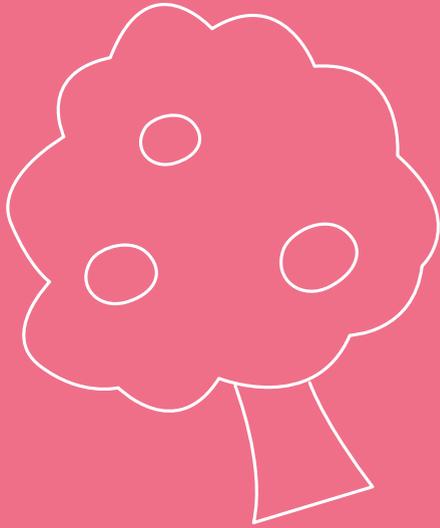
Es una red social compuesta por una plataforma donde los usuarios pueden contactar amistades e intercambiar cualquier tipo de contenido vía la misma, ya sean fotografías, comentarios, mensajes, artículos, noticias, etc. En facebook existen dos tipos de cuentas las que pueden abrir empresas y las de usuarios personales. Las primeras sirven para ofrecer productos o servicios y mantener contacto directo entre los clientes y las empresas, las personales permiten una comunicación fluida entre personas reales.

1.9. Prensa

Conjunto de publicaciones impresas en papel, de tirada diaria o periódica, destinadas primariamente a difundir información o noticias, en especial sobre la actualidad, pero también para entretenimiento. Esta periodicidad puede ser diaria (en cuyo caso suele llamarse diario, o más comúnmente periódico), semanal (semanario o revista), mensual (caso de muchas revistas especializadas) o anual (anuario).

1.10. Medios exteriores

El término “Publicidad Exterior” se refiere, de manera colectiva, a muchas y variadas formas de medios en donde se exhiben mensajes publicitarios a la audiencia, mientras ésta se encuentra fuera de casa. Los anuncios colocados en exteriores se dividen en dos categorías: Los anuncios denominativos, que son aquellos que se colocan en o afuera de las instalaciones de un negocio y los publicitarios que son los que se colocan en instalaciones distintas a las propias.





CAPÍTULO 2: MARCO METODOLÓGICO

2.1. Planteamiento del problema

Aldeas Infantiles SOS, es una organización internacional sin fines de lucro, que realizó su aparición en el mundo desde el año 1949. Está radicada en más de 134 países a nivel mundial y se enfoca en el desarrollo integral de los niños, niñas, adolescentes y jóvenes. Es una organización independiente no gubernamental que impulsa el desarrollo social.

Sus acciones son desarrolladas desde la perspectiva de Derechos, es decir que promueven enfáticamente la protección Infantil. A través del concepto de Aldeas Infantiles SOS, la organización ha sido pionera, al definir un enfoque familiar a corto y mediano plazo, basado en el Interés Superior del Niño (ISN), a través de programas de Acogimiento Familiar y aborda aspectos de prevención, mediante programas de Fortalecimiento Familiar en comunidades vulnerables de nuestro país.

El programa se ve afectado actualmente debido a la carencia de comunicación en medios de la organización en nuestro país, muchas personas desconocen completamente de la misma y de cómo colaborar a la causa. La organización presenta diferentes formas de colaborar, desde realizar donaciones, hasta trabajar directamente con ellos durante su crecimiento.

Se propone desarrollar un plan de concientización para promocionar y fortalecer la comunicación de dicha institución y la concientización de la importancia de la familia para el crecimiento de un niño. Se utilizarán estrategias innovadoras para el planteamiento de una campaña mediática-educativa.

Nuestro target principal serán las personas mayores de edad que tengan o no hijos. Este trabajo se realizará en Santo Domingo, República Dominicana en el periodo de Enero - Abril 2018.



Instagram @aldeasinfantiles_es

2.2. Objetivos de la investigación

El objetivo principal de la investigación recopilar la información suficiente y necesaria para desarrollar el plan de comunicación estipulado para Aldeas Infantiles SOS. Entre esta información podemos encontrar todo lo relevante a la fundación, sus antecedentes y actualidad. Es muy importante también obtener con que colores las personas asocian la niñez para tomar en cuenta al momento de realizar los artes de comunicación, y que tanto la conocen para fines de saber con que tanta intensidad colocar dicho plan.

2.2.1. Objetivo general

Diseñar un plan de comunicación para la organización Aldeas Infantiles SOS en República Dominicana, en el año 2018.

2.2.2. Objetivos específicos

- Identificar el mensaje a transmitir y el eje de comunicación
- Establecer los componentes visuales adecuados para implantarlos en la campaña.
- Pautar el segmento de mercado al cual será dirigido el plan de comunicación.
- Determinar la efectividad de los medios de comunicación seleccionados para la colocación de las piezas publicitarias del plan.
- Analizar las razones del desconocimiento de la organización.
- Designar los medios de comunicación para la colocación publicitaria.



Instagram @aldeasinfantiles_es



2.3. Preguntas de investigación

Pregunta General

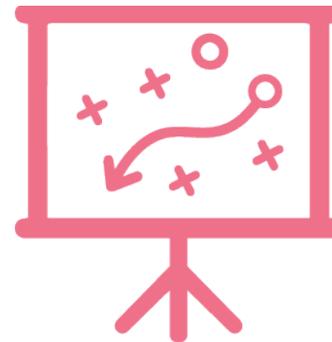
- ¿Por qué la Fundación Aldeas Infantiles SOS no cuenta con un plan de comunicación?

Preguntas Específicas

- ¿Por qué a este tipo de fundaciones no se le da mayor importancia en la República Dominicana?
- ¿Cuál es el nivel de conocimiento del público Dominicano sobre esta fundación?
- ¿Con cuáles colores las personas asocian más la niñez?
- ¿Cuáles son los medios utilizados mayormente por los dominicanos?

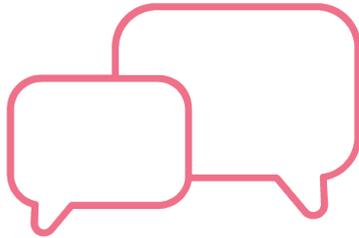
2.4. Definiciones conceptuales

Fundación: “Una persona jurídica no lucrativa que se constituye con la afectación patrimonial con fines altruistas de una o varias personas (fundador o fundadores) en el cual sus integrantes se encargan de conservar y cuidar dicho patrimonio, así como de dirigir esta persona jurídica, en beneficios de terceros”. (Espinoza, 2006)

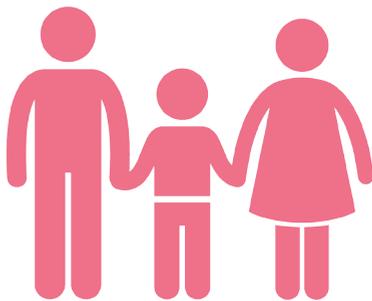
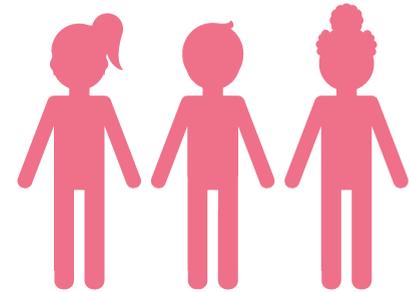


Plan de Comunicación: Contiene las pautas de la estrategia de comunicación de una empresa u organización. Todo Plan de Comunicación requiere si se carece de un plan estratégico donde se hayan contemplado las relaciones internas y externas de la entidad. (Xavier Ribera, El Plan de Comunicación)

Comunicación: “La comunicación es todo proceso de interacción social por medio de símbolos y sistemas de mensajes. Incluye todo proceso en el cual la conducta de un ser humano actúa como estímulo de la conducta de otro ser humano. Puede ser verbal, o no verbal, interindividual o intergrupala”. (B. F. Lomonosov y otros, El Problema de la Comunicación en Psicología)



Adolescentes: Ser humano generalmente comprendido entre los 11 y 20 años, en el cual el sujeto alcanza la madurez biológica y sexual, y se busca alcanzar la madurez emocional y social. (Papalia et. al., 2001)



Niños: “Es todo ser humano menor de dieciocho años de edad, salvo que , en virtud de la ley que le sea aplicable, haya alcanzado antes la mayoría de edad.” (Convención de los Derechos del Niño 1989 de las Naciones Unidas, artículo 1 parte 1)



Arte: Es un término que coge toda aquella creación y representación que ha sido realizada por los humanos y que intenta expresar y mostrar una percepción sentimental sobre el mundo, un mundo imaginario o un mundo real. (Publicado el 8 Enero, 2015, ¿Qué es el arte?).

2.5. Metodología utilizada

La investigación a llevar a cabo es de tipo descriptiva, ya que a partir de las encuestas y entrevistas que se realizarán se podrá dar a conocer en cuál tipo de la población se trabajará y así realizar una descripción directa de los mismos. Mediante esta investigación también buscamos obtener la mayor cantidad de características posibles para llevar a cabo el plan de comunicación

Esta investigación también será de campo debido a que se utilizarán técnicas como la entrevista y la encuesta que serán aplicadas en el ambiente donde se encuentra presente la problemática planteada sobre el desconocimiento de la organización Aldeas Infantiles SOS, los servicios que ofrecen y cómo colaborar.

Se trabajará de forma directa en la organización para obtener los datos de manera clara y precisa, y así evitar cualquier tipo de error o distorsión de la información, que pueda resultar en la obtención de los datos.

Además será una investigación documental, porque se va a partir de los conocimientos previos obtenidos a través de las opiniones existentes en los distintos medios tales como el internet, biblioteca y ciertos libros especializados en la elaboración de campañas publicitarias y otros aspectos relevantes contribuyendo así en el desarrollo de la investigación.

2.6. Técnicas de investigación utilizadas

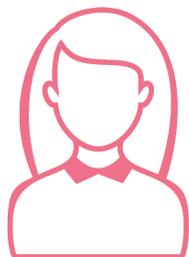
Entre las técnicas utilizadas para la realización de la investigación, se encuentran las encuestas, entrevistas, obtención de información en libros y tesis. Estas técnicas ayudarán a profundizar sobre los temas a tratar y cómo cumplir los objetivos.

Mediante la entrevista se recolectaron datos sobre el conocimiento actual de la fundación en el país, que medios son más factibles para implementar en el plan y la situación actual de la organización, este fue el primer paso para la obtención de información necesaria para la investigación.

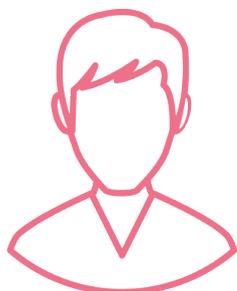
Otra de las técnicas que serán utilizadas es la encuesta, que gracias a esta se podrá obtener de una forma más minuciosa la información necesaria, ya que esta llegará a personas de diferentes edades, sectores y niveles educativos. Las encuestas fueron realizadas mediante Google Forms, 100 de ellas en línea y las 100 restantes de forma presencial.

Los libros fueron extraídos de la biblioteca de UNAPEC para obtener información sobre algunos de los conceptos principales que protagonizaron la investigación.

2.6.1. Personas Entrevistadas



MARIEL HAZIM
CENTRO DE
PSICOLOGÍA SABER



LUIS SÁNCHEZ
CANVAS DESIGN
& MEDIA

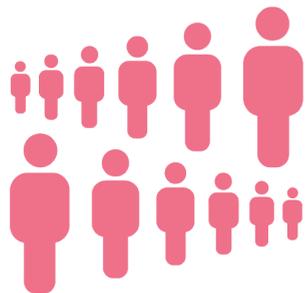
Como aporte a la investigación y desarrollo del plan de comunicación, optamos por entrevistar a tres personas: Un director creativo en una agencia publicitaria y una psicóloga de menores.

El director creativo en la publicitaria, Luis Sánchez de Canvas Design & Media, ha trabajado anteriormente con fundaciones como Operación Sonrisa y St. Jude, nos ayudó a determinar factores visuales, como los colores y tipografías convenientes para este tipo de publicidad, al igual que las fotografías adecuadas para utilizar. También como comunicar el mensaje de forma que toque de forma impactante a las personas.

La psicóloga fue de ayuda en el desarrollo del plan porque, mediante las preguntas realizadas, plantearon como se tratan este tipo de casos en la República Dominicana.

Intentamos conseguir entrevista con una persona interna en Aldeas Infantiles SOS, pero debido a que duraron un tiempo ausentes en sus instalaciones y su apretada agenda, no logramos realizarla para apoyo de nuestra investigación.

2.7. Población y Muestra



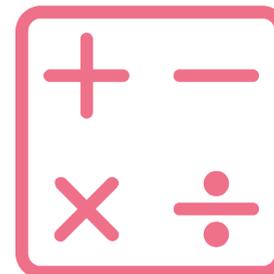
2.7.1. Población

El proyecto fue delimitado de carácter nacional, es decir que las preguntas de la encuesta y entrevistas fueron realizadas a personas dentro del territorio dominicano. La población encuestada está constituida por estudiantes y profesionales, del género femenino y masculino, de 18 años en adelante.

De las 200 encuestas, 100 fueron realizadas de manera virtual y 100 de manera presencial en las siguientes locaciones:

- Academia de lenguas
- Coral Mall
- UNAPEC
- UNIBE
- Sambil

2.7.2. Muestra



CON EL FIN DE CALCULAR EL TAMAÑO DE MUESTRA, UTILIZAMOS LA SIGUIENTE FÓRMULA:

DONDE:

N= POBLACIÓN

Z= 95% DE CONFIABILIDAD 1.96

P= 50% DE PROBABILIDAD DE QUE SUCEDA EL FENÓMENO = 0.50

N= TAMAÑO DE LA MUESTRA

E= 5% MARGEN DE ERROR PERMITIDO = 0.05

Q= 50% PROBABILIDAD DE QUE NO OCURRA EL FENÓMENO = 0.50

$$N = N + Z^2 \times P \times Q / D^2 \times (N - 1) + Z^2 \times P \times Q$$

$$N = 9,445,281 \times 1.96 \times 0.50 \times 0.50 / 0.05^2 \times (9,445,281 - 1) + 1.96^2 \times 0.50 \times 0.50$$

$$N = 9,067,469.76 / 0.0025 \times (9,445,280) + 3.84 \times 0.25$$

$$N = 9,067,469.76 / 23, 613.2 + 0.96$$

$$N = 9,067,469.76 / 23, 614.16$$

$$N = 383.98$$

$$N = 384$$

2.8. Resultado de las entrevistas

Luis Sánchez | Canvas Design & Media

A. ¿Conoce usted la Fundación Aldeas Infantiles SOS? y de ser si, ¿qué tanto conoce?

Sí, hace más de 10 años tuve la oportunidad de realizar acción social en las aldeas y conocí de cerca el propósito y objetivo de la misma.

B. ¿Ha trabajado anteriormente con Fundaciones? De ser si, ¿cómo se maneja la publicidad en estos casos? (En cuanto a colores, imágenes, tipografías, formas de expresar los mensajes, etc...?)

Sí, trabajé como coordinador de misiones y comunicación de Operación Sonrisa R. D. En el caso de Operación Sonrisa, al ser una fundación mundial y organizada, tenían muy claro el Brand Book y línea de comunicación. En el tema de colores considero que depende mucho del propósito de la fundación, pero siempre que se trabajen como máximo dos o tres colores, será ideal. El mensaje y las fotografías deben ser muy emotivas y tocando la fibra emocional, mostrar la causa y resultados, o con mensajes de cómo podemos hacer la diferencia. Las tipografías, mientras más simples y modernas mejor. El mensaje principal siempre será la fotografía o video en cuestión, lo demás debe pasar a segundo plano. Es importante definir la forma de las fotografías y lo que puede o no puede comunicarse visualmente.

C. ¿Cómo se lograría causar un mejor alcance a las personas al momento de comunicar algo relacionado a una fundación? (cómo aportar a la misma o como ayudar a un niño en necesidad).

Siempre pienso que en ese caso es tocando con mensajes de esperanza el corazón de las personas. Dejar de lado el tema de «tristeza» usualmente vinculado a las fundaciones y cambiar el mensaje por algo de felicidad, logros que hayan hecho, personas que han formado parte y se han superado y como esta fundación le ha cambiado la vida a quienes pertenecen. La mejor forma de comunicación en este siglo es el recurso del video, porque permite contar historias y más que simples textos, podemos compartir experiencias que verdaderamente toquen.

D. ¿Cree que un plan de comunicación de una fundación tendría más impacto en el ámbito digital o impreso?

Depende el target al que se quiera llegar, pero sin dudas, si se trata de optimizar recursos y costos (que usualmente es super necesario en las fundaciones), recomiendo 100% el tema digital. ¿Por qué? Porque permite el recurso audiovisual, esto ayuda a contar historias desde el corazón y con los mismos protagonistas. Permite ser compartido de forma más fácil y rápida, además de que el costo por impacto es mucho menor que en impresos.

Mariel Hazim | Centro de Psicología Saber

A. ¿Cuánto tiempo lleva trabajando con niños y adolescentes?

Aproximadamente 8 años.

B. ¿Conoce usted la Fundación Aldeas Infantiles SOS? y de ser si, ¿qué tanto conoce?

He leído y escuchado un poco. Entiendo que acogen a niños de familias o ambientes vulnerables y/o ausentes y los ubican dentro de familias que puedan proporcionar un trato seguro, cubriendo todas las necesidades básicas del niño o el joven.

C. ¿Qué tipo de trato debe recibir un niño que pasa por este tipo de proceso?

Un niño que ha sido retirado de su familia por esta ser una familia disfuncional o por ser una familia que ha sufrido una ruptura importante, es un niño que se hace vulnerable a una serie de condiciones que vienen dadas por las carencias afectivas.

Los niños deben tener la oportunidad de desarrollar un apego seguro con sus cuidadores, de recibir un trato de respeto y amor, dieta adecuada, juegos, para asegurar su correcto desarrollo y posterior funcionamiento en la vida adulta. Un niño privado de amor en sus primeros años de vida, es un niño que verá modificada su estructura cerebral y estará impedido en el futuro de crear y sostener relaciones sociales adecuadas.

Es importante asegurar en el niño, en estas nuevas familias, una seguridad emocional ante todo, un sentido de pertenencia en esa nueva familia para que ese cerebro en formación pueda crear las conexiones necesarias para dar y sentir amor en el futuro y hacer un hombre o mujer adaptados a la sociedad donde vivan.

D. ¿Considera usted factible que las fundaciones intervengan en este tipo de familia?

Claro que sí, factible y sumamente importante. Uno de los problemas que tenemos como sociedad, y más con esta creciente ola de hombres y mujeres víctimas de la violencia, es precisamente por una pobre intervención y orientación en esas familias rotas o disfuncionales que crearon personas incapaces de conectarse con otro y de desarrollar relaciones desde el respeto.

E. ¿Cómo afecta psicológicamente este cambio a los niños/adolescentes?

Si la familia no logra crear el sentido de pertenencia en sus niños/adolescentes, este puede tener una ambivalencia emocional por no pertenecer a ningún lado. Puede desarrollar comportamientos disruptivos que atenten contra su seguridad y la de la propia familia.

Al principio del cambio reina la inseguridad, el desarraigo, el sentimiento de pérdida. Con apoyo de la familia, la fundación y toda la comunidad se puede lograr que el individuo entienda su realidad y acepte la nueva realidad presentada desde lo positivo que puede resultar de esta, siempre y cuando este niño o adolescente pueda percibir que sí habrá seguridad y constancia en esta nueva familia.

F. ¿Qué aporte podría brindar a la sociedad el conocimiento sobre esta fundación?

Esta fundación aporta a la sociedad la inserción de hombres y mujeres criados en un ambiente seguro, lo que aumenta las probabilidades de que sean personas productivas, sanas y comprometidas con los valores que una sociedad necesita para desarrollarse.

G. ¿Cuál es su opinión sobre este tipo de fundación? ¿Es factible o no?

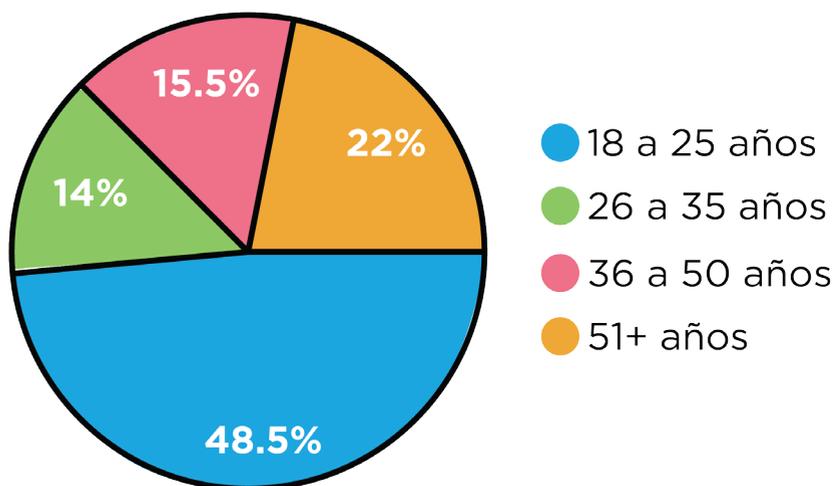
Entiendo que con el apoyo de la sociedad en general, el estado, la comunidad, el proyecto es factible. Y como dije más arriba, factible y de suma importancia si entendemos que los adultos de hoy fueron niños, y que todas estas personas que están incurriendo en actos delictivos y de violencia fueron fruto de una familia fragmentada y disfuncional.

La sociedad se cambia trabajando la niñez y asegurando que reciban amor y apego seguir en sus primeros años, que es lo ÚNICO que garantiza tener seres humanos funcionales en el futuro.

2.9. Resultados de la encuesta

Luego de realizada la encuesta a personas del Distrito Nacional en la ciudad de Santo Domingo, de forma aleatoria, y a partir de los 18 años de edad, se obtuvo lo siguiente:

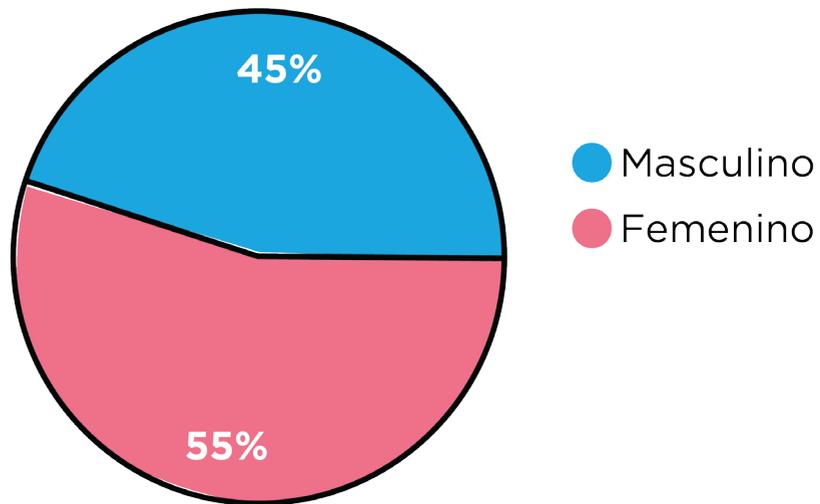
Tabla 1: ¿Cuál es tu rango de edad?



Variables	Frecuencia	%
18 a 25 años	97	48.5%
26 a 35 años	28	14%
36 a 50 años	31	15.5%
51+ años	44	22%
Total	200	100

En los resultados obtenidos luego de encuestar a 200 personas, 100 de manera presencial y 100 de forma virtual, podemos notar que un 48.5% de ellos son hombres y mujeres entre los 18 y 25 años, seguido del rango de edad de 26 a 35 años, ocupando un 14%. En los resultados también podemos observar que las personas con edades de 36 a 50 años estuvieron presentes con un 15.5% en la encuesta, y el rango de 51 años o más ocupa el resto de los 200 participantes con un 22%.

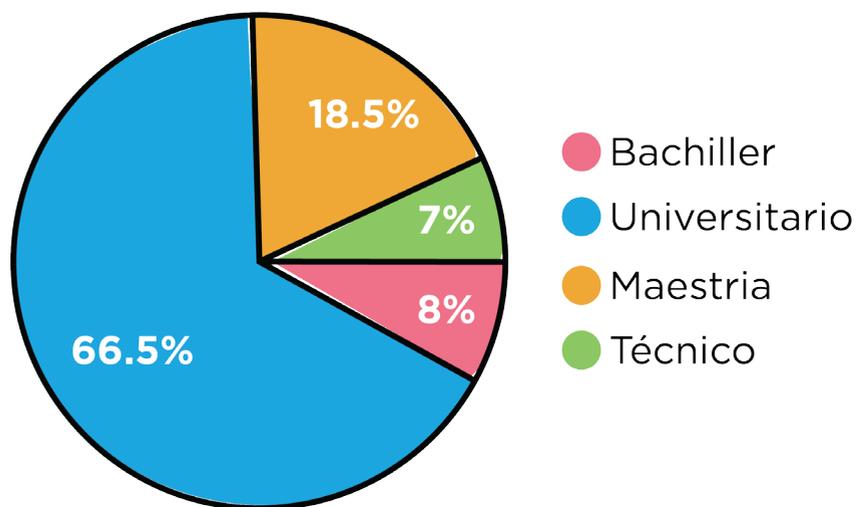
Tabla 2: ¿Cuál es tu género?



Variables	Frecuencia	%
Femenino	110	55%
Masculino	90	45%
Total	200	100

Según los 200 encuestados, llegamos a la conclusión de que un 55% de ellos eran mujeres entre los rangos de 18 y 55 o más años, y el 45% restante eran hombres en este mismo rango de edad. Al momento de encuestar, buscamos mantener un balance entre ambos géneros para que la gran diferencia de género no se viera afectada en el resto de los resultados.

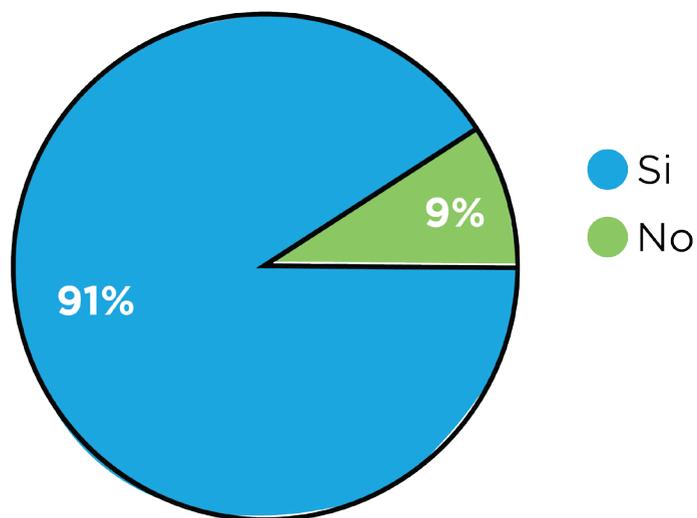
Tabla 3: ¿Cuál es tu nivel de educación?



Variables	Frecuencia	%
Bachiller	16	8%
Universitario	133	66.5%
Maestría	37	18.5%
Técnico	14	7%
Total	200	100

Según se observa, 16 frecuencias que completaron la encuesta tienen un nivel de educación bachiller, seguido de los universitarios, que ocupan un 66.5% siendo la mayoría. En el nivel de maestría se encuentran 37 frecuencias, y por último pero no menos importante, 14 frecuencias están en un nivel técnico de educación.

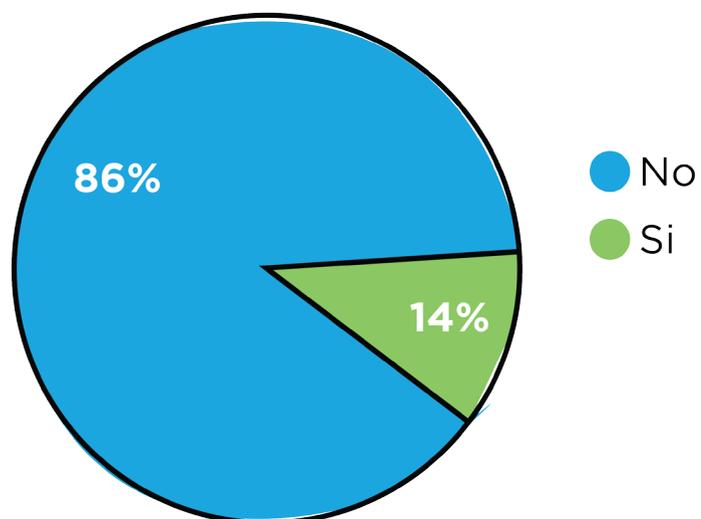
Tabla 4: ¿Sabes lo que es un orfanato?



Variables	Frecuencia	%
Si	182	91%
No	18	9%
Total	200	100

Analizando los resultados obtenidos en la tabla 4, podemos notar que un 91% de las frecuencias si tienen conocimiento de lo que es un orfanato, mientras que sólo un 9% no conoce de este término ni nada relacionado a el.

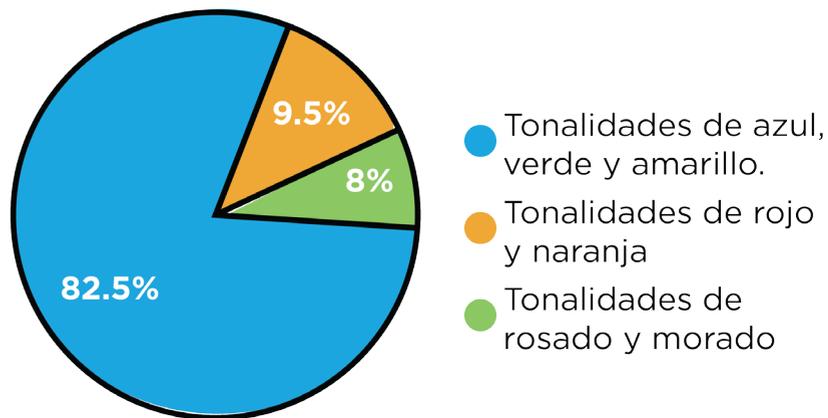
Tabla 5: ¿Considera usted que en la República Dominicana se ejercen correctamente los derechos del niño?



Variables	Frecuencia	%
Si	28	14%
No	172	86%
Total	200	100

Según muestra la tabla 5, 172 de las 200 frecuencias entrevistadas, consideran que los derechos del niño no son ejercidos correctamente en nuestro país. En cambio, el 14% restante, 28 frecuencias, expresaron que si piensan que estos derechos son inculcados correctamente en la República Dominicana.

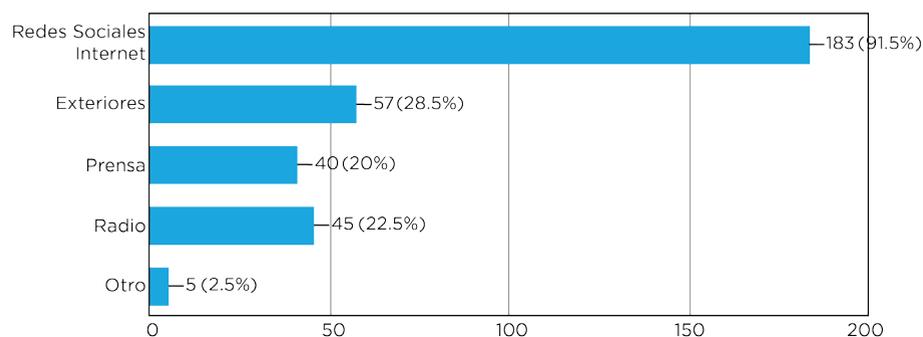
Tabla 6: ¿Con cuáles colores relaciona la niñez?



Variables	Frecuencia	%
Tonalidades de azul, verde y amarillo	165	82.5%
Tonalidades de rojo y naranja	19	9.5%
Tonalidades de rosado y morado	16	8%
Total	200	100

Analizando detenidamente los resultados obtenidos de la tabla 6, podemos notar que la mayoría de los encuestados optaron porque relacionan a la niñez con tonalidades de azul, verde y amarillo, ocupando un 82.5%. Mientras que 19 frecuencias consideran que las tonalidades de rojo y naranja van más de la mano con la niñez, el 8% restante optó por las tonalidades de rosado y morado. Estos resultados serán de mucha ayuda al momento de realizar los artes en el plan de comunicación.

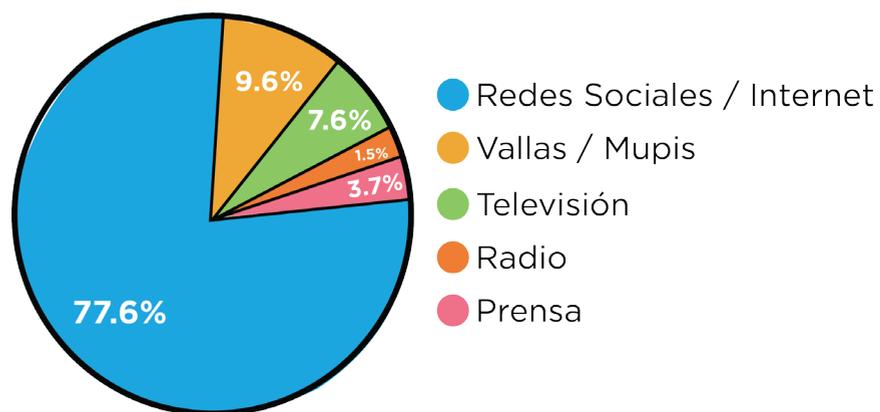
Tabla 7: ¿A cuáles de estos medios tiene mayor acceso en el día a día? (Puede seleccionar 2 respuestas)



Variables	Frecuencia	%
Redes Sociales	183	91.5%
Exteriores	57	28.5%
Prensa	40	20%
Radio	45	22.5%
Otro	5	2.5%
Total	330	165

Al realizar la pregunta de cuáles son los medios al que los encuestados tienen mayor acceso en su día a día, dimos la opción de seleccionar dos respuestas. Los medios ganadores fueron las Redes Sociales con 183 frecuencias y los medios exteriores con 57 frecuencias. Las demás opciones eran prensa, con 40 frecuencias, Radio con 45 frecuencias y otros con 5 frecuencias.

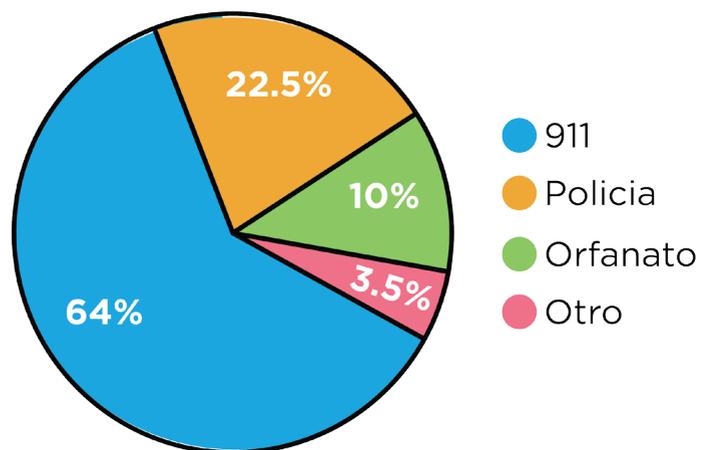
Tabla 8: ¿Cuál de los siguientes medios considera que atrae más su atención?



Variables	Frecuencia	%
Redes Sociales / Internet	154	77.6%
Vallas / Mupis	20	9.6%
Televisión	15	7.6%
Radio	4	1.5%
Prensa	7	3.7%
Total	200	100

Con el fin de tener conocimiento de cuales medios hacer énfasis al momento de realizar el plan de comunicación, preguntamos a los 200 encuestados cuál atrae más su atención. El medio que llevó la delantera en los resultados fueron las Redes Sociales o Internet, con un 77.6% del total, seguido de las Vallas o Mupis con un 9.6%. Mientras que Televisión fue elegido por el 7.6% de los encuestados, Radio por un 1.5% y Prensa por un 3.7%.

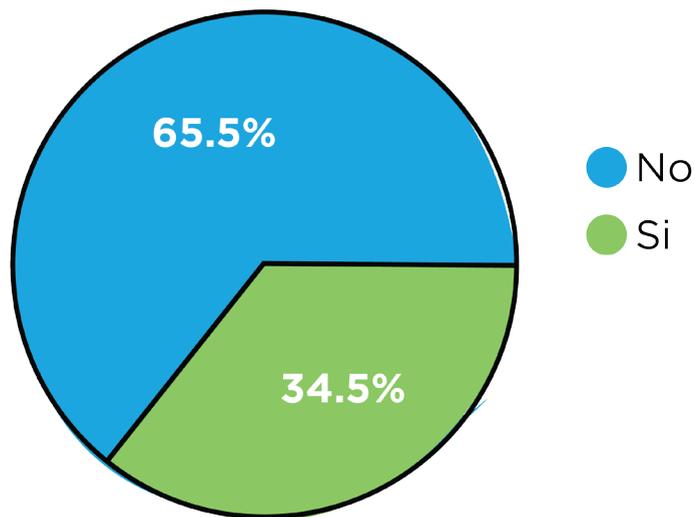
Tabla 9: Si conoce de un niño que necesita ayuda, ¿sabe a dónde acudir?



Variables	Frecuencia	%
911	128	64%
Policía	45	22.5%
Orfanato	20	10%
Otro	7	3.5%
Total	200	100

Entre los 200 encuestados, podemos encontrar que un 64% acudiría a llamar al 911 si conocen de un niño que necesita, seguido del 22.5% que acudiría a la Policía, mientras que el 10% buscaría ayuda en un orfanato y el 3.5% restante a otro medio de socorro.

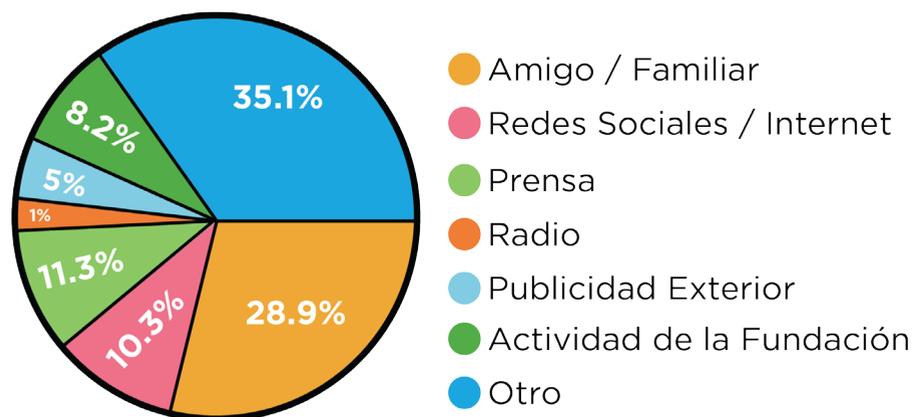
Tabla 10: ¿Conoce usted la Fundación ‘Aldeas Infantiles SOS’?



Variables	Frecuencia	%
Si	69	34.5%
No	131	65.5%
Total	200	100

Como parte de los objetivos del plan de comunicación es dar a conocer la fundación, preguntamos a los 200 usuarios encuestados si la conocían y un 65% de estos respondió que no. Podemos fijarnos que solo un 34.5% conocen esta fundación. Esto nos demuestra con pruebas físicas que el plan de comunicación para esta fundación es imprescindible.

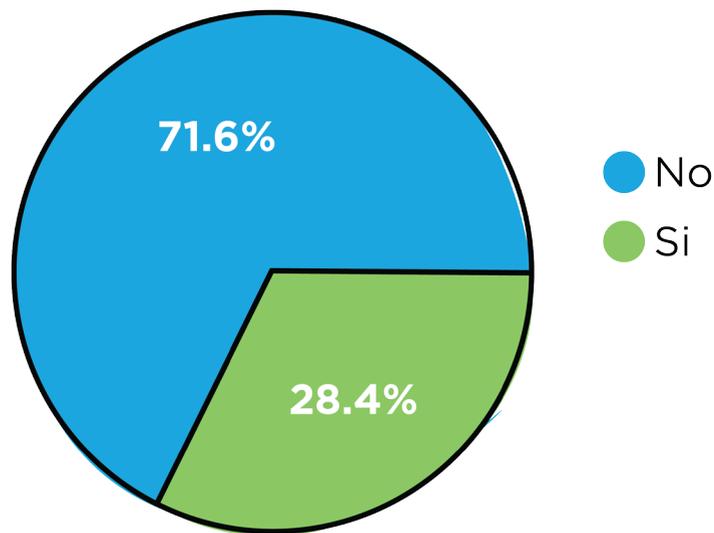
Tabla 11: Si su respuesta anterior fue si, ¿cómo se enteró de la Fundación?



Variables	Frecuencia	%
Amigo / Familiar	28	28.9%
Redes Sociales / Internet	10	10.3%
Prensa	11	11.3%
Radio	1	1%
Publicidad Exterior	5	5.2%
Actividad de la Fundación	8	8.2%
Otro	34	35.1%
Total	102	100

Según se observa, 28 frecuencias se enteraron de la fundación por un amigo o familiar, 10 por Redes Sociales o Internet y 11 por prensa. Mientras que una sola frecuencia se enteró de ella por Radio, 5 por publicidad exterior, 8 por actividades de la fundación y 34 por otros medios.

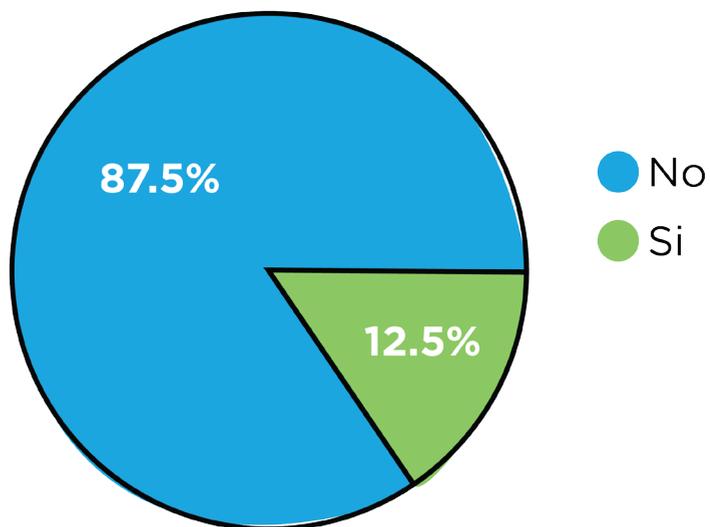
Tabla 12: ¿Conoce cuales son las funciones de dicha Fundación?



Variables	Frecuencia	%
Si	46	28.4%
No	116	71.6%
Total	162	100

En consecuencia de que un mínimo de personas conoce la fundación Aldeas Infantiles SOS, podemos notar en los resultados de la tabla 12 que solo 46 frecuencias de las encuestadas conoce las funciones de la misma, incluso personas que respondieron que si conocían la fundación, no conocen claramente las funciones de la misma.

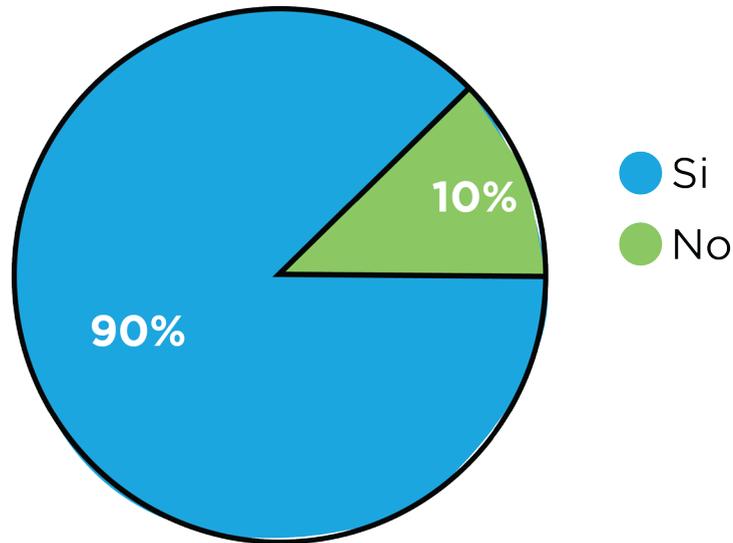
Tabla 13: ¿Alguna vez ha visto alguna publicidad de Aldeas Infantiles SOS en el país?



Variables	Frecuencia	%
Si	25	12.5%
No	175	87.5%
Total	200	100

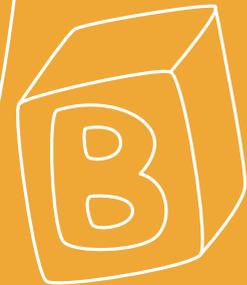
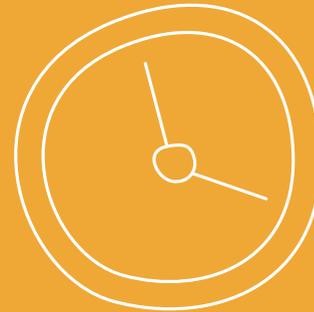
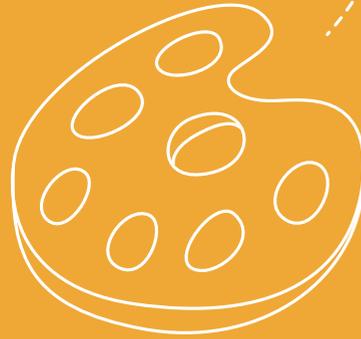
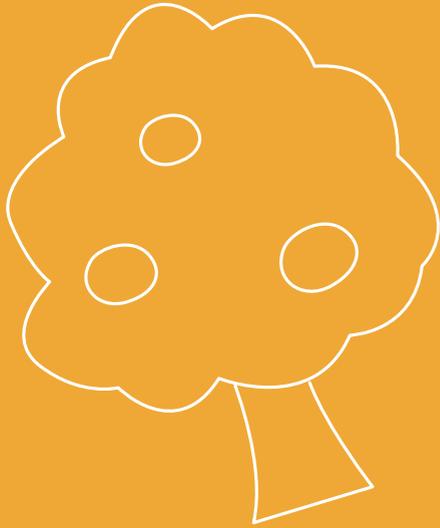
Según el total de 200 encuestados, solo un 12.5% de estos ha visto alguna vez cualquier tipo de publicidad de la Fundación Aldeas Infantiles SOS, lo cual da a demostrar que es sumamente necesario que esta organización implemente un plan de comunicación para aumentar el conocimiento del público y aportes a la misma.

Tabla 14: Si tuviese la oportunidad, ¿le gustaría aportar o participar en una organización que ayude a los niños y adolescentes a obtener un cuidado familiar seguro y estable?



Variables	Frecuencia	%
Si	180	90%
No	20	10%
Total	200	100

En la última tabla podemos notar que a la pregunta realizada, el 90% de las frecuencias respondieron que estarían de acuerdo con participar o aportar a este tipo de organización, mientras que las 20 frecuencias restantes respondieron que no.



The background is a solid orange color. It is decorated with various white line-art icons related to creativity and education. These include a fountain pen, an open book, a speech bubble, a sailboat, a lightbulb, a star, a flower, a paint palette, a backpack, and a pencil. Dashed white lines connect some of these icons, creating a network of ideas.

CAPÍTULO 3: PROPUESTA CREATIVA

3.1. Propuesta de Plan de Comunicación para la Fundación Aldeas Infantiles SOS

3.1.1. Análisis

Tomando en cuenta todos los resultados de las investigaciones realizadas sobre la Fundación Aldeas Infantiles SOS, se desarrolló un Plan de Comunicación para dar a conocer la entidad, su información e incentivar la realización de aportes a la fundación.

Existen una gran cantidad de niños y niñas en Santo Domingo que sufren de abandono o maltrato en sus hogares y necesitan apoyo de fundaciones como esta.

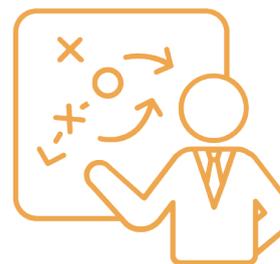
Esta organización se enfoca en el desarrollo integral de los niños, niñas y adolescentes, definiendo un enfoque familiar a corto y mediano plazo, basado en el interés superior del niño a través de programas de acogimiento familiar y aborda aspectos de prevención, mediante programas de fortalecimiento familiar en comunidades vulnerables.

3.1.2. Características intrínsecas



- Ayudan a niños, niñas, adolescentes y jóvenes
- Personas de todas las edades pueden aportar de una forma u otra a la fundación
- Brindan ayuda a todos los necesitados
- Única fundación que brinda estos servicios en el país

3.1.3. Características extrínsecas



- 2,629 likes en Facebook
- 1,173 likes en Instagram
- Carencia de línea gráfica en las redes sociales
- Carencia de publicidad exterior

3.1.4. Acciones de apoyo



- Propuestas pedagógicas de cuidado diario dirigidas a los niños



- Acompañamiento de forma individual a las familias de origen



- Desarrollo de capacidades de los niños y sus familias

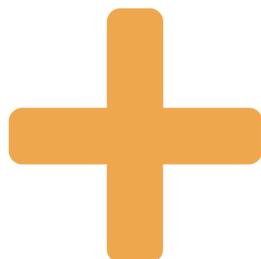


- Creación de un entorno familiar para cada niño



- Educación y desarrollo personal para cada niño

3.1.5. Ventajas

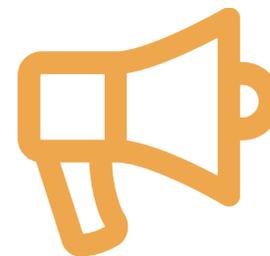


- Es pionera en la República Dominicana.
- Cuenta con diferentes tipos de programas, como Amigo SOS, Madre SOS, Voluntario SOS.
- Es una institución que no tiene fines de lucro.
- Es una fundación reconocida a nivel mundial.
- Cuentan con página web creativa y bien estructurada.
- Facilidad de aportar directamente por la página web.

3.1.6. Desventajas



- Falta de comunicación, tanto digital, como offline.
- Desconocimiento de una gran parte del público dominicano.



3.1.7. Comunicación

Aldeas Infantiles SOS no cuenta con publicaciones en ninguno de los medios, cuenta con una pagina de facebook, twitter e instagram con pocos seguidores y poca presencia en las mismas.



3.1.8. Objetivos

- Dar a conocer la Fundación Aldeas Infantiles SOS a una mayor parte de los dominicanos.
- Lograr que la fundación tenga presencia en los medios exteriores y redes sociales.
- Generar confianza y credibilidad en el público.
- Incentivar el apoyo a la fundación mediante sus diferentes programas.

3.1.9. FODA

F

FORTALEZAS

- Fundación sin fines de lucro.
- Atención al cliente.
- Excelente reconocimiento a nivel mundial.
- Variedad de programas para formar parte de la fundación.
- Facilidad para aportar.

D

DEBILIDADES

- Carencia de estrategia para las redes sociales.
- Carencia de estrategias para los medios exteriores.

O

OPORTUNIDADES

- Utilizar las redes sociales para dar a conocer al máximo la fundación .
- Colocar vallas en avenidas principales para captar la atención.
- Realizar más activaciones para el aumento de reconocimiento de la organización.

A

AMENAZAS

Existen otras fundaciones que, a pesar de que no sean completamente parecidas a Aldeas Infantiles SOS, tienen fines similares de recaudar fondos para niños necesitados, y algunas de estas poseen redes sociales y mayor presencia en las redes. Ejemplo: Fundación St. Jude.

3.1.10. Perfil Psicográfico



- Personas dispuesta a ayudar.



- Personas que conozcan niños bajo maltrato familiar.



- Personas activas en el bien social.

3.1.11. Perfil Demográfico



- Edad: 18 años en adelante .



- Género: femenino y masculino.



- Nivel educativo: bachiller, universitario y maestría.



- Ubicación: Santo Domingo, República Dominicana.



- Estatus socioeconómico: Clases A, B y C.

3.1.12. Mensaje

“Una familia para todos”.

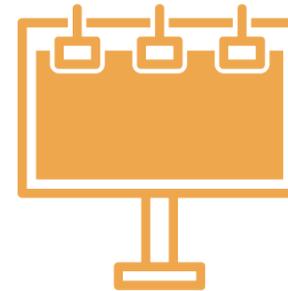
3.1.13. Acciones



- Realizar contenido informativo y creativo para las redes sociales de Facebook e Instagram.



- Cuidar la imagen de la fundación en las redes sociales.



- Crear artes para medios exteriores.



- Realizar show de comedia con reconocidos comediantes dominicanos pro recaudación de fondos para la fundación.



- Colocar influenciadores en las redes sociales para atraer más personas a la causa.

3.1.14. Eje I y Eje II

PLAN DE COMUNICACIÓN 2018	
EJE: I REDISEÑO DEL PLAN DE COMUNICACIÓN	<p>Objetivo general</p> <p>Diseñar un plan de comunicación para la organización Aldeas Infantiles SOS en República Dominicana, en el año 2018.</p>
	<p>Estrategia</p> <p>Transformar el plan de comunicación actual por uno de mayor innovación y atracción del público.</p>
	<p>Objetivos específicos</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Identificar el mensaje a transmitir y el eje de comunicación. 2. Establecer los componentes visuales adecuados para implantarlos en la campaña. 3. Pautar el segmento de mercado al cual será dirigido el plan de comunicación. 4. Determinar la efectividad de los medios de comunicación seleccionados para la colocación de las piezas publicitarias del plan. 5. Analizar las razones del desconocimiento de la organización. 6. Designar los medios de comunicación para la colocación publicitaria.

LÍNEA DE ACCIÓN	ACTIVIDADES ESPECÍFICAS	CRONOGRAMA
<p>1. Investigar acerca del conocimiento específico del público dominicano sobre la fundación Aldeas Infantiles SOS, y en base a los resultados de esto, llevar a cabo un plan de comunicación en los dos medios con mayor demanda.</p>	<p>1. Realizar encuestas a nuestro blanco e público, que pueda ayudar a obtener la información deseada. También coordinar entrevistas con personas claves, como son psicólogos, directores de publicitarias y también directores de la fundación, para así ampliar los conocimientos antes de llevar a cabo el plan de comunicación.</p>	<p>Primer trimestre</p>
<p>2. Diseñar artes gráficas para las Redes Sociales , y medios exteriores.</p>	<p>2. Realizar transición de línea gráfica en las redes sociales a una más atractiva, limpia y organizada, con tonalidades de azul, verde, amarillo y rosado. Colocar artes gráficas en vallas principales de la ciudad como Av. 27 de Febrero y Av. Kennedy, y mupis cercanos a Instituciones.</p>	<p>Segundo trimestre</p>

PLAN DE COMUNICACIÓN 2018	
<p style="text-align: center;">EJE: II PROPUESTA PARA ACRECENTAR LOS DONATIVOS Y PUESTA EN EJECUCIÓN DE UN PLAN DE ACCIÓN PARA EL DESARROLLO Y CRECIMIENTO DE LA FUNDACIÓN</p>	<p>Objetivo general</p> <p>Obtener donaciones de parte marcas empresas y personas dominicanas. Para poder hacer crecer la fundación y mejorar la calidad de vida de los niños y adolescentes que viven de ella.</p>
	<p>Estrategia</p> <p>Organizar los eventos y actividades necesarias para la recaudación de fondos.</p>
	<p>Objetivos específicos</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Realizar un evento de caridad donde se expliquen todas las funciones de la fundación y el gran aporte que esta tiene en la vida de los niños y adolescentes. 2. Realizar un mínimo de dos eventos anuales para la recolección de fondos.

LÍNEA DE ACCIÓN	ACTIVIDADES ESPECÍFICAS	CRONOGRAMA
<p>1. Realizar eventos sociales para la recaudación de fondos.</p>	<p>1. Realizar una vez al año un gran evento que sea patrocinado por grandes marcas dominicanas. El evento se llama 'Reír es para la familia' consiste en sesiones de comediantes dominicanos donde se venderán boletas de entrada para la recaudación de fondos para la fundación. Para generar una gran expectativa y acaparar la mayor cantidad de personas se propone utilizar a todos los grandes comediantes dominicanos.</p> <p>2. Realizar una rifa anual con busca de un gran patrocinio de alguna marca dominicana como vehículos, viajes, apartamentos y demás. Dando a conocer y planteando como eje principal que la recaudación de los fondos van dirigidos a la fundación.</p>	<p>Cuarto trimestre</p>
<p>2. Crear contenido emocional para apelar al lado sensible de la población e incentivar las donaciones .</p>	<p>1. Crear un video altamente emocional donde se muestren las actividades y la ayuda de la Fundación en las vidas de los niños, mostrando al final del mismo las diferentes opciones que existen para donar o ayudar, ya sea económicamente o por voluntariado.</p>	<p>Cuarto trimestre</p>

3.2. Propuesta de Piezas Publicitarias

3.2.1. Redes Sociales

SABÍAS QUE..
Más de 721,000 niños y niñas sufren agresiones psicológicas o castigos físicos en sus hogares.



UNA FAMILIA PARA TODOS



En Rep. Dom un 12.5% de los niños están en riesgo de perder el cuidado de sus padres



Modelo Redes Sociales Aldeas Infantiles SOS

The screenshot shows the profile page for 'aldeasdominicana'. At the top, there is a back arrow, the profile name 'aldeasdominicana', and a three-dot menu icon. Below this, the profile picture is a circular logo with the text 'ALDEAS INFANTILES SOS'. To the right of the profile picture, the statistics are: 133 posts, 1,035 followers, and 113 following. A blue 'Follow' button is positioned below these statistics. The bio section identifies the organization as 'Aldeas Dominicanas', a 'Non-Governmental Organization (NGO)', and provides a description: 'Aldeas Infantiles SOS Dominicana es una organización sin fines de lucro que acoge a niños, niñas, adolescentes y jóvenes en desprotección parental.' It also includes the website 'www.aldeasinfantilessos.org.do/'. At the bottom of the profile, there are three icons: a grid, a list, and a person icon. Below the profile information is a grid of six promotional images. The top-left image shows a woman and a child working together. The top-middle image has a green background with the text 'En Rep. Dom un 12.5% de los niños están en riesgo de perder el cuidado de sus padres'. The top-right image shows a child writing in a notebook. The middle-left image shows a young girl with colorful hair accessories. The middle-middle image has a blue background with the text 'UNA FAMILIA PARA TODOS' and several small circular photos of children. The middle-right image shows a group of children with their hands stacked together. The bottom-left image shows two children on a playground. The bottom-middle image has a blue background with the text 'SABÍAS QUE.. Más de 721,000 niños y niñas sufren agresiones psicológicas o castigos físicos en sus hogares.' The bottom-right image shows an elderly man hugging a young girl.

3.2.2. Medios exteriores

Valla



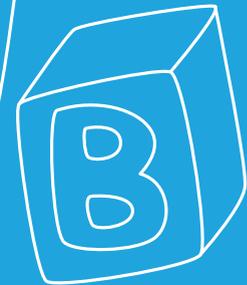
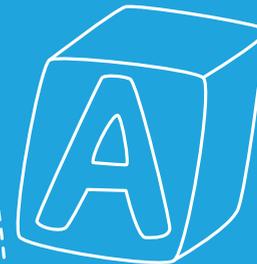
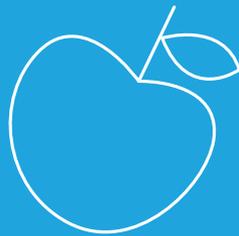
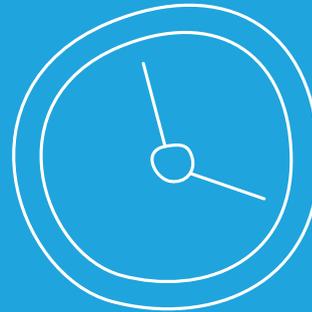
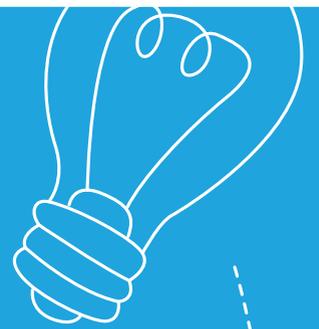
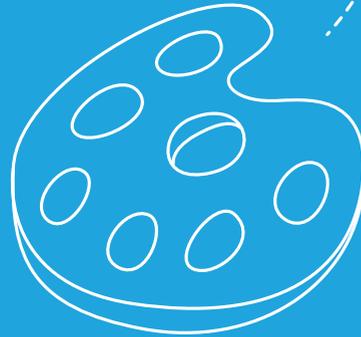
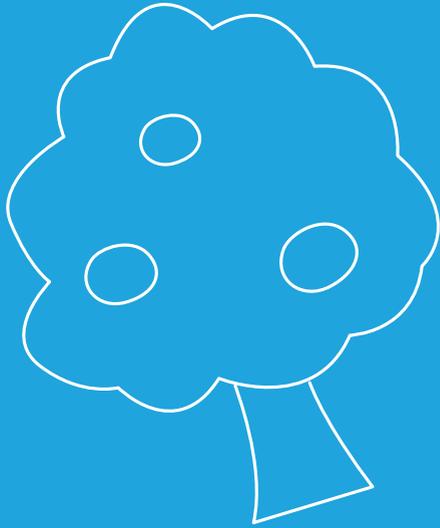
Mupi

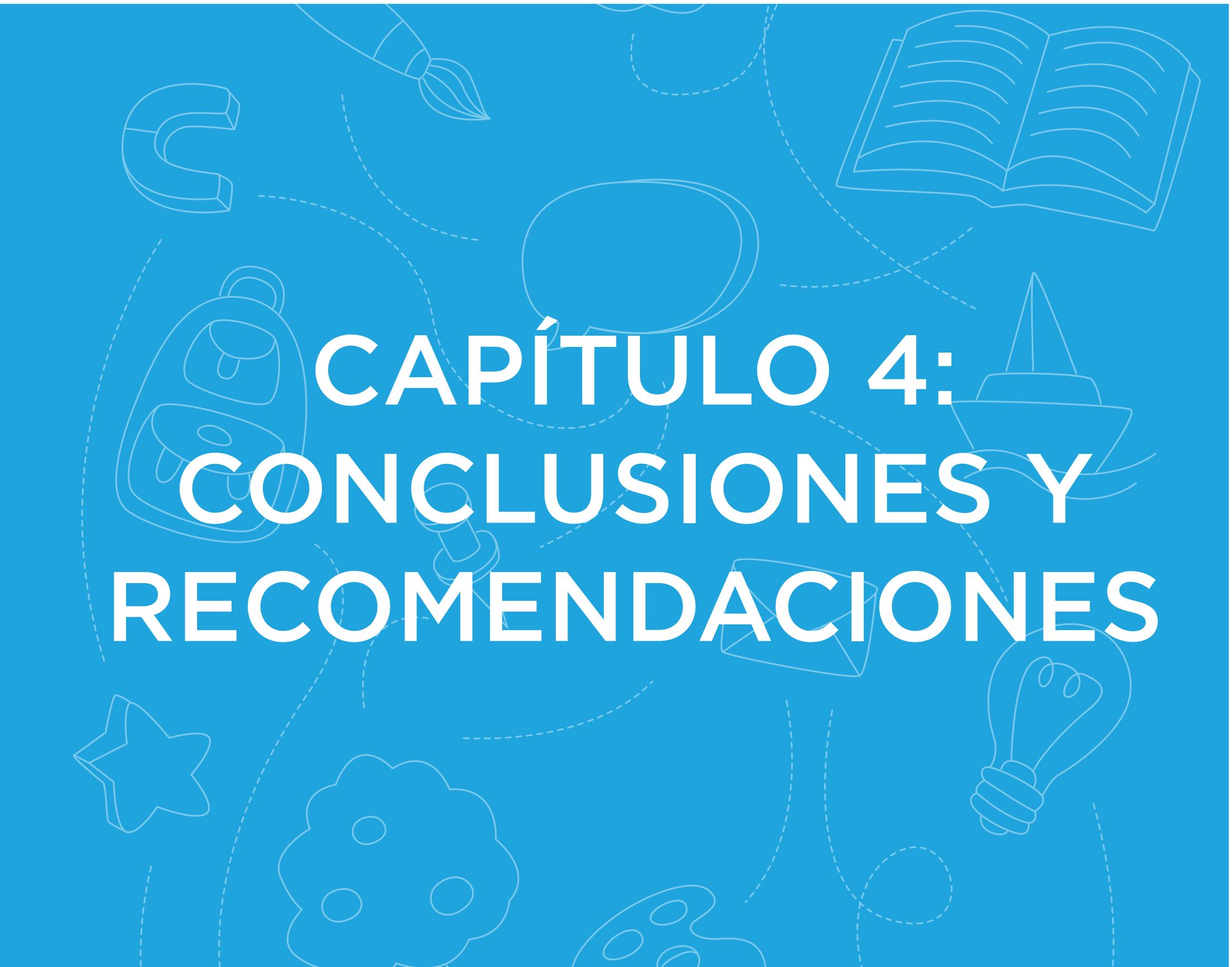


3.3. Presupuesto

PRESUPUESTO MEDIOS EXTERIORES		
Sarmiento	<ul style="list-style-type: none"> · Mobiliario Urbano (Pantallas, Cara-pantallas, Metrobus) · Duración de colocación : 1 cuatorcena (2 semanas aprox.) · 10 de inserciones 	Costo por inserción: \$8,000 Costo total (10 ins): \$80,000
Colorin	<ul style="list-style-type: none"> · Cilindros · Duración de colocación : 1 cuatorcena · 5 de inserciones 	Costo por inserción: \$25,000 Costo total (10 ins): \$125,000
Rental Vision	<ul style="list-style-type: none"> · Pantallas Puentes · Duración de colocación: 1 cuatorcena (2 semanas aprox.) · 10 inserciones 	Costo por inserción: \$35,000 Costo total (10 ins): \$350,000
INVERSIÓN TOTAL EXTERIORES: \$555,000 *Colocación Local: Santo Domingo (costos pueden variar por ciudad)		

PRESUPUESTO REDES SOCIALES	
Manejo Redes Sociales	Costo Mensual: RD \$30,000
Facebook & Instagram Ads	Costo Mensual: RD \$48,000
Google Adwords	Costo Mensual: RD \$20,000
INVERSIÓN TOTAL RRSS: RD \$98,000	





CAPÍTULO 4: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1. Conclusiones

Gracias a toda la información recolectada, pudimos conocer aspectos esenciales de la Fundación Aldeas Infantiles SOS, tanto a nivel institucional, como en su comunicación con el exterior. Esta fundación tiene un gran papel en la vida de niño y adolescentes que reciben maltratos o que carecen de la institución familiar.

Lamentablemente no pudimos obtener información más directa del equipo interno de la fundación, debido a su apretada agenda y tiempo ausente en las oficinas mientras realizabamos la investigación, por lo que obtuvimos la mayoría de los datos necesarios de las demás entrevistas y encuestas.

De lo anteriormente dicho es de suma importancia que se tomen en cuenta las estrategias de comunicación con el pueblo dominicano, para así sensibilizar la ciudadanía sobre esta gran causa. Por medio del plan de comunicación se podrá dar a conocer la fundación y lograr obtener un mayor número de patrocinadores.

Las estrategias de comunicación deben cubrir dos necesidades fundamentales de la fundación en términos de comunicación al exterior. Al incluir estrategias y acciones no solo en el ámbito publicitario sino también trabajando en la imagen de la fundación a nivel de relaciones públicas.

4.2. Recomendaciones

Luego de realizar el análisis y diagnóstico a la problemática del proceso de comunicación de Aldeas Infantiles SOS se recomiendan los siguientes puntos:

- Emplear la estrategia de que se ha generado en plan de comunicación para Aldeas Infantiles SOS, estas ayudarán a posicionar la fundación en la mente del pueblo dominicano.
- Establecer las estrategias de comunicación de manera permanente, para así captar un mayor público y mantener el grado de recordación en el mismo.
- La fundación debe realizar anualmente eventos, sin excepción, para que luego esto se vuelva una tradición que cada vez más puedan esperar y apoyar a la fundación.
- Crear videos emocionales a difundir por temporadas específicas y así apelar al lado emocional del público.

BIBLIOGRAFÍA



- Desconocido. (s.f.). ¿QUÉ ES INSTAGRAM Y CÓMO CREAR UNA CUENTA?. s.f., de Instituto Internacional Español de Marketing Digital Sitio web: <https://iiemd.com/instagram/que-es-instagram-red-social-crear-cuenta>
- J. Farfán. (N/A). Aldeas SOS: hogares que acogen huérfanos no adoptados en RD. n/a, de n/a Sitio web: <http://www.diariode3.com/aldeas-sos-hogares-que-acogen-huerfanos-no-adoptados-en-rd/>
- N/A. (2015). La función del UNICEF. N/A, de UNICEF Sitio web: https://www.unicef.org/spanish/mdg/28229_28184.htm
- M. Quiroz. (2005). Aldeas S.O.S., modelo de formación familiar, educativa y de salud. n/a, de n/a Sitio web: <http://hoy.com.do/aldeas-s-o-s-modelo-de-formacion-familiar-educativa-y-de-salud/>
- N/a. (69).(2016 millones de niños morirán entre 2016 y 2030 según estudio de UNICEF. n/a, de n/a Sitio web: https://www.unicef.org/republicadominicana/media_33577.html
- N/A. (2015). La función del UNICEF. N/A, de UNICEF Sitio web: https://www.unicef.org/spanish/mdg/28229_28184.htm
- Sin Fines De lucro. (2010). Aldeas Infantiles SOS - República Dominicana. n/a, de n/a Sitio web: <http://sinfinesdelucro.org/organizaciones/aldeas-infantiles-sos-republica-dominicana/>
- UNICEF. (1989). Convención sobre los Derechos del Niño
- William J. Stanton, Michael J. Etzel, Bruce J. Walker. (1996). Fundamento del Marketing. N/A: Mc Graw Hill .

ANEXOS



Maqueta Encuesta

1. ¿Cuál es tu rango de edad?

- A. 18 a 25 años
- B. 26 a 35 años
- C. 36 a 50 años
- D. +51 años

2. ¿Cuál es tu género?

- A. Femenino
- B. Masculino

3. ¿Cuál es su nivel de educación?

- A. Bachiller
- B. Universitario
- C. Maestría
- D. Técnico

4. ¿Sabes lo que es un orfanato?

- A. Si
- B. No

5. ¿Considera usted que en la República Dominicana se ejercen correctamente los derechos del niño?

- A. Si
- B. No

6. ¿Con cuáles colores relaciona la niñez?

- A. Tonalidades de azul, verde y amarillo
- B. Tonalidades de rojo y naranja
- C. Tonalidades de rosado y morado

7. ¿A cuáles de estos medios tiene mayor acceso en el día a día? (Puede seleccionar 2 respuestas)

- A. Redes Sociales
- B. Exteriores
- C. Prensa
- C. Radio
- D. Otros

8. ¿Cuál de los siguientes medios considera que atrae más su atención?

- A. Redes Sociales/Internet
- B. Vallas o mupis
- C. Televisión
- D. Radio
- E. Prensa

9. Si conoce de un niño que necesita ayuda, ¿sabe a donde acudir?

- A. 911
- B. Policía
- C. Orfanato
- D. Otro

10. ¿Conoce usted la Fundación 'Aldeas Infantiles SOS'?

- A. Si
- B. No

11. Si su respuesta anterior fue si, ¿cómo se enteró de la Fundación?

- A. Amigo/Familiar
- B. Redes Sociales/Internet
- C. Prensa
- D. Radio
- E. Publicidad exterior
- F. Actividad de la Fundación
- G. Otro

12. ¿Conoce cuales son las funciones de dicha Fundación?

- A. Si
- B. No

13. ¿Alguna vez ha visto alguna publicidad de Aldeas Infantiles SOS en el país?

- A. Si
- B. No

14. Si tuviese la oportunidad, ¿le gustaría aportar o participar en una organización que ayude a los niños y adolescentes a obtener un cuidado familiar seguro y estable?

- A. Si
- B. No

Maqueta Entrevista Psicóloga

- ¿Cuánto tiempo lleva trabajando con niños y adolescentes?
- ¿Conoce usted la Fundación Aldeas Infantiles SOS? y de ser si, ¿qué tanto conoce?
- ¿Qué tipo de trato debe recibir un niño que pasa por este tipo de proceso?
- ¿Considera usted factible que las fundaciones intervengan en este tipo de familia?
- ¿Cómo afecta psicológicamente este cambio a los niños/adolescentes?
- ¿Qué aporte podría brindar a la sociedad el conocimiento sobre esta fundación?
- ¿Cuál es su opinión sobre este tipo de fundación? ¿Es factible o no?

Maqueta Entrevista Director Creativo

- ¿Conoce usted la Fundación Aldeas Infantiles SOS? y de ser si, ¿qué tanto conoce?
- ¿Ha trabajado anteriormente con Fundaciones? De ser si, ¿cómo se maneja la publicidad en estos casos? (En cuanto a colores, imágenes, tipografías, formas de expresar los mensajes, etc...)
- ¿Cómo se lograría causar un mejor alcance a las personas al momento de comunicar algo relacionado a una fundación? (cómo aportar a la misma o como ayudar a un niño en necesidad).
- ¿Cree que un plan de comunicación de una fundación tendría más impacto en el ámbito digital o impreso?

Anteproyecto

**UNAPEC**
DEPARTAMENTO DE SOCIALES

A : DECANATO DE ARTES Y COMUNICACIÓN
ESCUELA DE PUBLICIDAD

Asunto : REMISIÓN ANTEPROYECTO DE TRABAJO DE GRADO

Tema : "Plan de Comunicación para la Organización 'Aldeas Infantiles SOS', Santo Domingo, Rep. Dom., 2018 República Dominicana 2017".

Sustentado por : **Br. Helen Ortiz.** 2014-2250
Br. Tiphaine Brys 2013-1934

Resultado de la evaluación: Aprobado: Fecha: 02/11/2017.
Devuelto para corrección: _____ Fecha: _____.

Observaciones: La evaluación de este anteproyecto fue realizada por: **Ldo. Adalberto Adames Manzueta.**


Lic. María Margarita Cordero Amoral
Directora.



Av.
02/11/2017.

**UNAPEC**
UNIVERSIDAD APEC

Decanato de Artes y Comunicación
Escuela de Publicidad

Anteproyecto trabajo de grado para optar por el título de:
Licenciatura en Publicidad

Plan de Comunicación para la organización
'Aldeas Infantiles SOS',
Santo Domingo, Rep. Dom., 2018
República Dominicana 2017

Sustentantes:

Helen Ortiz 2014-2250
Tiphaine Brys 2013-1934

Santo Domingo DN.; RD.,
Octubre 2017





UNAPEC

UNIVERSIDAD APEC

Decanato de Artes y Comunicación
Escuela de Publicidad

Anteproyecto trabajo de grado para optar por el título de:

Licenciatura en Publicidad

Plan de Comunicación para la organización
'Aldeas Infantiles SOS',
Santo Domingo, Rep. Dom., 2018
República Dominicana 2017

Sustentantes:

Helen Ortiz 2250-2014
Tiphaine Brys 1934-2013

Santo Domingo DN.; RD.,
Octubre 2017

**Plan de Comunicación para la
organización
'Aldeas Infantiles' SOS,
Santo Domingo, Rep. Dom.,
2018**

II. Introducción

El proyecto a desarrollarse abordará el tema de la organización «Aldeas Infantiles SOS» en la República Dominicana, enfocado en un plan de comunicación para el año 2018. Aldeas Infantiles SOS es una organización Internacional que radica en más de 134 países y se enfoca en el desarrollo integral de los niños, niñas y adolescentes y jóvenes, pero que carece de comunicación en el público dominicano.

Sus acciones son desarrolladas desde la perspectiva de Derechos, promoviendo enfáticamente la protección Infantil. A través del concepto de Aldeas Infantiles SOS, la organización ha sido pionera, al definir un enfoque familiar a corto y mediano plazo, basado en el Interés Superior del Niño (ISN), a través de programas de Acogimiento Familiar y aborda aspectos de prevención, mediante programas de Fortalecimiento Familiar en comunidades vulnerables de nuestro país.

Entre los valores de la empresa se encuentran:

- Audacia
- Confianza
- Compromiso
- Responsabilidad

III. Justificación

Toda institución sin fines no lucrativos que busca desarrollarse en la sociedad, necesita que las personas conozcan acerca de sus programas y de todas las tareas que lleva a cabo para formar a los futuros líderes de la sociedad. Actualmente vivimos en una era excesivamente tecnológica, donde la comunicación influye increíblemente sobre el éxito de muchas empresas.

Aldeas Infantiles SOS es una organización con fines de desarrollo muy positivos, pero que no recibe el auge que pudiese recibir debido a la carencia de un buen plan de comunicación. Actualmente, solo cuenta con una página web y no tiene redes sociales o alguna campaña ocurriendo en las calles del pueblo dominicano.

Un buen plan de comunicación aportaría notablemente sobre el nivel de colaboración en la organización de parte de los dominicanos. Para resolver el planteamiento se utilizarán herramientas de investigación,

como encuestas a personas allegadas a la organización y entrevistas al personal que trabaja dentro de la organización las cuales darán respuestas a los objetivos planteados.

Entre las razones por las cuales se realizará esta investigación son principalmente: aumentar el conocimiento de la sociedad dominicana sobre la organización y los servicios que ofrece, las formas en que las personas pueden colaborar, desarrollar un plan de comunicación a la sociedad dominicana sobre el programa de Aldeas Infantiles SOS en los distintos medios de comunicación y contribuir con el desarrollo de los programas.

IV. Planteamiento del Problema y Delimitación del Tema

Aldeas Infantiles SOS, es una organización internacional sin fines de lucro, que tiene su aparición en el mundo desde el año 1949. Está radicada en más de 134 países a nivel mundial y se enfoca en el desarrollo integral de los niños, niñas y adolescentes y jóvenes. Es una organización independiente no gubernamental que impulsa el desarrollo social.

Sus acciones son desarrolladas desde la perspectiva de Derechos, promoviendo enfáticamente la protección Infantil. A través del concepto de Aldeas Infantiles SOS, la organización ha sido pionera, al definir un enfoque familiar a corto y mediano plazo, basado en el Interés Superior del Niño (ISN), a través de programas de Acogimiento Familiar y aborda aspectos de prevención, mediante programas de Fortalecimiento Familiar en comunidades vulnerables de nuestro país.

Trabajamos para integrar a la sociedad de forma satisfactoria a los niños, niñas adolescentes y jóvenes, que forman parte de los programas a través de un enfoque de Desarrollo Humano Sostenible, lo cual implica un proceso de expansión de las capacidades de los niños y niñas para el aumento de sus opciones y oportunidades, impulsando así su autonomía.

El programa se ve afectado actualmente debido a la carencia de comunicación en medios de la organización en nuestro país, muchas personas desconocen completamente de la misma y de cómo colaborar a la causa. La organización presenta diferentes formas de colaborar, desde realizar donaciones, hasta trabajar directamente con ellos durante su crecimiento.

Se propone desarrollar un plan de concientización para promocionar y fortalecer la comunicación de dicha institución y la concientización de la importancia de la familia para el crecimiento de un niño. Se utilizarán estrategias innovadoras para el planteamiento de una campaña mediática-educativa.

Nuestro target principal serán las personas mayores de edad que tengan o no hijos. Este trabajo se realizará en Santo Domingo, República Dominicana en el periodo de Enero – Abril 2018

V. Objetivos

Objetivo General:

Diseñar un plan de comunicación para la organización Aldeas Infantiles SOS en República Dominicana, en el año 2018.

Objetivos específicos:

- Identificar el mensaje a transmitir y el eje de comunicación
- Establecer los componentes visuales adecuados para implantarlos en la campaña.
- Pautar el segmento de mercado al cual será dirigido el plan de comunicación.
- Determinar la efectividad de los medios de comunicación seleccionados para la colocación de las piezas publicitarias del plan.
- Analizar las razones del desconocimiento de la organización.
- Designar los medios de comunicación para la colocación publicitaria.

VI. Marco Teórico Referencial

Concepto de publicidad

La publicidad es el conjunto de medios que se emplean para divulgar o extender la noticia de las cosas o de los hechos de acuerdo con el diccionario de la Real Academia Española. Sin embargo, de acuerdo con diferentes expertos en la materia, definen publicidad de la siguiente forma:

Philip Kotler define publicidad “como una comunicación no personal y onerosa de promoción de ideas, bienes o servicios, que lleva a cabo un patrocinador identificado”. Los principales objetivos esenciales de la publicidad son: informar, persuadir y recordar.

Para la American Marketing Association, la publicidad consiste en “la colocación de avisos y mensajes persuasivos, en tiempo o espacio, comprado en cualesquiera de los medios de comunicación por empresas lucrativas, organizaciones no lucrativas, agencias del estado y los individuos que intentan informar y/o persuadir a los miembros de un mercado meta en particular o a audiencias acerca de sus productos, servicios, organizaciones o ideas”.

Sin Fines de Lucro, Aldeas Infantiles SOS - República Dominicana

Somos una organización internacional de desarrollo social sin fines de lucro, no gubernamental e independiente. Aldeas Infantiles SOS desarrolla su labor en el mundo desde 1949. Nuestro objetivo es ofrecer a los niños, niñas y jóvenes privados del cuidado de sus padres, o que por alguna razón no pueden estar con sus familias de origen, un entorno familiar y una formación sólida para alcanzar una vida autónoma.

La organización desarrolla sus programas actualmente en 132 países y territorios en el espíritu de la Convención sobre los Derechos del Niño de las Naciones Unidas (CDN) Apoya a niños, niñas y jóvenes privados del cuidado de sus padres a través del Programa de Acogimiento Familiar en las Aldeas Infantiles SOS. Además, implementa el Programa de Fortalecimiento Familiar y Desarrollo Comunitario para que niños, niñas y jóvenes y sus familias de origen fortalezcan sus mecanismos de protección y atención.

Basada en su experiencia, la organización concibe estas dos intervenciones como complementarias; y considera que se deben realizar todos los esfuerzos posibles para que los niños, niñas y jóvenes permanezcan en sus familias de origen, y aquellos niños, niñas y jóvenes para quienes esto no es viable, deben tener el mismo derecho de crecer con la protección de un entorno familiar.

Trabajamos para integrar social y familiarmente a los niños, niñas y jóvenes, impulsando su autonomía y emancipación en igualdad de derechos y obligaciones que el resto de los jóvenes, consiguiendo que sean y se sientan ciudadanos válidos para la sociedad.

Nuestra Mision

Creamos familias para niñas y niños necesitados, los apoyamos a formar su propio futuro y participamos en el desarrollo de sus comunidades.

Creamos familias para los niños/as que lo necesitan Trabajamos en favor de niños/as huérfanos, abandonados o cuyas familias no pueden hacerse cargo de ellos. Les damos a estos niños/as la oportunidad de crear relaciones duraderas dentro de una familia. Nuestro modelo familiar en Aldeas Infantiles SOS se basa en cuatro principios: Cada niño/a necesita una madre, y crece de la manera más natural con hermanos y hermanas, en su propia casa, dentro del entorno de una aldea que lo apoya.

Los apoyamos a formar su propio futuro Brindamos a los niños/as la posibilidad de vivir de acuerdo con su propia cultura y religión, y de llegar a ser miembros activos de la comunidad. Ayudamos a los niños/as a descubrir y expresar sus habilidades, intereses y talentos individuales. Nos aseguramos que los niños/as reciban la educación y la formación que necesitan para ser miembros activos y exitosos de la sociedad.

Participamos en el desarrollo de sus comunidades Participamos en la vida comunitaria y respondemos a las necesidades de desarrollo social de sus miembros más vulnerables – los niños/as y jóvenes. Establecemos instituciones y programas que tienen como meta fortalecer a las familias y prevenir el abandono de los niños/as. Unimos esfuerzos con los miembros de la comunidad para brindar educación y atención médica, y también para responder a emergencias.

Nuestra Vision

Lo que queremos para las niñas y niños: Cada niña y cada niño pertenece a una familia y crece con amor, respeto y seguridad. Cada niño/a pertenece a una familia. La familia es el núcleo de la sociedad. Dentro de una familia cada niño/a es protegido y disfruta de un sentido de pertenencia. Aquí los niños/as aprenden valores, comparten responsabilidades y establecen relaciones que perduran toda la vida. Un entorno familiar les ofrece una base sólida sobre la cual pueden construir sus vidas.

Nuestros Valores

Lo que nos mantiene fuertes. Estos son las convicciones y actitudes centrales sobre las que se ha construido nuestra organización, y ellas constituyen la piedra fundamental de nuestro éxito. Estos valores perdurables guían nuestras acciones, decisiones y relaciones a medida que nos esforzamos por cumplir con nuestra misión.

Nuestros Programas

Acogimiento Familiar

El Programa de Acogimiento se basa en un modelo familiar de atención a largo plazo, en donde se cuida y protege a niños y niñas en abandono o que han perdido el cuidado de sus padres, permitiéndoles desarrollarse en un entorno adecuado a sus necesidades. Los niños y niñas acogidos en este programa están bajo el cuidado de una Madre SOS, quien se encarga de proveer los cuidados y todas las herramientas para que puedan crecer en calor de hogar; asisten a la escuela, participan en actividades de la comunidad, realizan actividades extracurriculares, en fin, todas las actividades de las que participa una familia convencional. Con este programa buscamos que cuando los niños y niñas crezcan, lleguen a ser jóvenes con apropiado desarrollo emocional y afectivo, con sentido de pertenencia del hogar donde recibió atención y cuidados reconociendo y practicando los valores sociales, espirituales y morales de su entorno e integrándose adecuadamente a dentro de la sociedad.

Fortalecimiento Familiar

Los Programas de Fortalecimiento Familiar fueron puestos en marcha en nuestro país en el año 2006. En ellos apoyamos y reconocemos a las familias y comunidades como los protagonistas principales en la protección y para el desarrollo de los niños y niñas.

A través de los servicios que ofrecen los Centros Comunitarios de Aldeas Infantiles SOS República Dominicana, estamos dando respuestas a las crecientes necesidades de familias que viven en pobreza, muchas veces encabezados por mujeres solas con varios hijos. Apoyamos a niños y adultos para mejorar sus condiciones de vida y prevenir el abandono infantil. Reconocemos a las familias y comunidades como los protagonistas principales en la protección de las niñas y niños.

Por esta razón se trabaja de manera integral con cinco componentes: niños, niñas, mujeres, familias y comunidad, apoyando su desarrollo para que puedan brindar y garantizar protección y desarrollo integral.

En la actualidad este programa es implementado los sectores de Los Mina (Sto. Dgo. Este) y el Cienfuegos (Santiago De Los Caballeros), con 10 Centros Comunitarios (3 en Santo Domingo y 7 en Santiago) donde 500 niños y niñas se benefician directamente del apoyo que reciben del programa, sin olvidar mencionar a sus familiares que son los beneficiarios indirectos.

Nuestra organización se centra en el cuidado y apoyo a niñas y niños que han perdido, o están en riesgo de perder, el cuidado de su familia biológica. El objetivo de los programas de fortalecimiento familiar es evitar que las niñas y niños pierdan el cuidado de su familia. Empoderamos a las familias para que fortalezcan su capacidad de proteger y cuidar a sus niñas y niños, y fortalezcan las redes de seguridad para niñas y niños vulnerables y sus familias dentro de la comunidad.

(Sin Fines de Lucro, 2010)

Hoy Digital, Aldeas S.O.S., Modelo de formación familiar, educativa y de salud.

Es como si se tratara de una comunidad aparte. Integrada a la República Dominicana e influenciada por los problemas sociales y económicos y por los dimes y diretes de los políticos, pero aparte.

Así son las Aldeas Infantiles SOS: una comunidad organizada en base a una economía subsidiada, con una escuela, un dispensario médico y una población de pequeños, en donde la regla es reconstruir las vidas de niños huérfanos, abandonados o en desventaja social, por medio del amor materno.

En fin luego de la Segunda Guerra Mundial un sueño hecho realidad por su ideólogo Hermann Gmeine, quien también era huérfano y, hoy día, un modelo a seguir. La Escuela Kindergarten y Primaria Hermann Gmeiner y el Dispensario Médico del mismo nombre, dependencias de las Aldeas Infantiles SOS, ubicadas en el barrio Puerto Rico, en Los Mina, son una muestra de esto. Estas instituciones, además de brindar servicios a los residentes en las Aldeas, también velan por la salud y la educación de los habitantes de este sector y otros aledaños.

Con capacidad para recibir 425 alumnos, esta escuela surge en 1984 con el interés de ejecutar un proceso de enseñanza-aprendizaje dinámico y a la vez formar estudiantes cuyo nivel académico les permita ser entes competitivos. Desde sus inicios hasta la fecha, este objetivo continúa perenne y, un ejemplo palpable son María Almonte y José Luis Marcelino, quienes gracias a la formación familiar y académica recibida se han convertido en jóvenes valiosos ante los ojos de la sociedad.

María cursa el último semestre de la carrera de Medicina en la Universidad Autónoma de Santo Domingo y labora, en su tiempo libre, en el Dispensario médico, mientras que José Luis es licenciado en Comunicación Social, fotógrafo, padre de una niña y ante todo un hijo SOS amoroso y agradecido de la formación, cariño y protección recibida en las Aldeas.

María vivió 20 años de su vida en las Aldeas y al igual que José Luis, llegó a los seis años de edad, de manos de su padre y, a raíz de la muerte de su madre. Allí convivió junto a su hermana Cecilia María (La Mella), quien estudia Contabilidad en la Universidad del Caribe y, otros ocho niños más.

Según cuentan, Las Aldeas es para ellos algo más que un espacio donde vivieron su niñez y adolescencia, es el futuro, amor, porvenir, alegría y sonrisa.

Soy de un campo llamado Los Rieles, en La Vega, y vine a las Aldeas por gracia de Dios, de verdad te lo digo, porque hoy yo me pongo a ver cómo viven los muchachos de mi generación y tienen tres y cinco muchachos y no tienen otra alternativa que trabajar la tierra. En principio mi papá sentía remordimiento, pero hoy al ver los resultados, se siente orgulloso de mí, puntualiza José Luis.

ATENCIÓN DIVERSIFICADA

Como bien explica la directora del centro educativo, Juana Álvarez (Priscila), los profesores que laboran en esta escuela cuentan con la preparación adecuada para asegurar a los niños y niñas una buena base académica sustentada en lo que denomina una atención diversificada.

Cuando los estudiantes terminan la educación básica logran ingresar, sin ningún problema, a las mejores escuelas secundarias de la ciudad, y esto es una garantía de la buena formación académica, explica. Actualmente la escuela cuenta con una matrícula de 23 profesores y 600 estudiantes, 250 residentes en las Aldeas y 350 procedentes de diferentes barrios de la Zona Oriental.

Nosotros como escuela tenemos una parte que es laboral, donde los niños de séptimo y octavo tienen un horario especial. En la mañana se cumple con la carga académica curricular y en la tarde hay supervisión de tareas y talleres de belleza, cocina, costura e informática, dice Álvarez.

Como colegio privado es supervisado por la Secretaría de Educación y los padres tienen que pagar una cuota de RD300\$ para que sientan algún compromiso. Al igual que en otros centros educativos, en esta escuela se imparten dos tandas, de 7:00 de la mañana hasta el mediodía y de 1:40 a 5:15 de la tarde.

DISPENSARIO MÉDICO

Con el interés de brindar servicio de salud a los niños de las Aldeas y residentes en las comunidades cercanas, fue creado el Dispensario médico Hermann Gmeiner, el cual es dirigido por el pediatra Rogelio Funcia.

Aquí, antes de ingresar un niño a las Aldeas, se le practica un chequeo médico completo a fin de determinar si tiene parásitos, anemia o falcemia, enfermedades que por lo general son las más frecuentes en estos infantes.

Consultas de pediatría, ginecología, odontología y dermatología se ofrecen a diario mañana y tarde- por un equipo de seis médicos. Además cuenta con laboratorio y vacunación gratuita.

Las consultas de pediatría se ofrecen de 8:00 de la mañana a 12:00 del mediodía, las de ginecología y odontología de 2:00 a 5:00 de la tarde. Mientras que las dermatológicas sólo se ofrecen los viernes de 8:00 a 12:00 por las mañanas. Cada consulta tiene un costo de RD \$20.

MÁS SOBRE LAS ALDEAS.

Las Aldeas Infantiles SOS fueron fundadas en el país hace unos 25 años por el austríaco Hermann Gmeiner. Pertenece a SOS Kinderdorf Internacional, que es una institución que trabaja en todo el mundo.

Actualmente existen en el país tres Aldeas, una en Los Jardines del Norte, una en Jacagua, Santiago y otra en el barrio Puerto Rico en Los Mina. Las Aldeas de Santiago tan sólo tienen dos años operando. Estas tres Aldeas acogen actualmente unos 500 niños, en edades oscilantes de 0 a 20 años.

Funcionan en base a una economía subsidiada, un 80% por entidades europeas y 20% por el Gobierno e instituciones privadas. Además, desde su fundación opera el sistema de padrinzgo, a través del cual cada niño tiene uno o dos padrinos que aportan ayuda económica para el mantenimiento educacional, alimenticio, recreativo y de salud de los infantes.

También, con el interés de recaudar recursos, actualmente fue creado el Club de Amigos, a través del cual quien desee hacerse socio puede contribuir económicamente con la cantidad que pueda pagar, ya sea semanal, mensual o anualmente.

En las Aldeas del Barrio Puerto Rico hay 18 unidades familiares y unos 140 niños. Cada aldea debe tener un máximo de 10 niños dirigidos por una mamá sustituta y se manejan como un barrio, donde cada cabeza de familia (la madre) maneja un presupuesto, determina cuáles son las necesidades de los hijos y hasta qué desayuno, comida o cena preparar.

De igual modo, el niño SOS es parte de la comunidad en general. Visita a los vecinos, va al colmado, al catecismo y la iglesia, pero, siempre bajo la supervisión de la tutora. (Margarita Quiroz, 2005)

UNICEF RD, 69 millones de niños morirán entre 2016 y 2030 según estudio de UNICEF.

Un total de 69 millones de niños menores de cinco años morirán debido a causas que en su mayoría se pueden evitar, 167 millones de niños vivirán en la pobreza y 750 millones de mujeres se habrán casado siendo aún niñas en el 2030, a menos que el mundo concentre sus esfuerzos en mejorar la situación de los niños más desfavorecidos, según un informe publicado hoy por el Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF).

El Estado Mundial de la Infancia, el principal informe anual de UNICEF, describe un panorama desolador sobre lo que les espera a los niños más pobres del mundo si los gobiernos, los donantes, las empresas y las organizaciones internacionales no aceleran los esfuerzos para solucionar sus necesidades. El informe señala que se han logrado progresos considerables en la tarea de salvar las vidas de los niños y de lograr que vayan a la escuela, así como de sacar a mucha gente de la pobreza. Las tasas mundiales de mortalidad de menores de cinco años se han reducido a más de la mitad desde 1990, los niños y niñas asisten a la escuela primaria en un pie de igualdad en 129 países y el número de personas que viven en la extrema pobreza en todo el mundo es casi la mitad de lo que ocurría en la década de 1990.

Pero este progreso no ha sido uniforme ni justo, dice la publicación. Los niños más pobres tienen el doble de probabilidades que los más ricos de morir antes de cumplir cinco años y de sufrir desnutrición crónica.

“República Dominicana está dando importantes pasos para reducir las inequidades de niños y niñas, sin embargo aún existen muchos desafíos para ofrecerles a todos una oportunidad justa; son los más pobres los que acumulan mayor mortalidad, mayor abandono escolar, menor registro de nacimiento, mayor embarazo adolescente y mayor número de uniones tempranas”, afirmó Rosa Elcarte, representante de UNICEF.

La tasa de mortalidad neonatal en la República Dominicana es de 25 por cada 1,000 nacidos vivos. Es la tercera más alta de América Latina, solo Haití y Guyana la superan. Cada día mueren 13 bebés antes de tener 28 días de nacidos, el 80% de estas muertes son por causas evitables.

La probabilidad que tiene un niño pobre de morir antes de los 5 años (39 por mil nacidos vivos) es casi el doble que la de un niño rico (21 por mil nacidos vivos). En el ámbito educativo, el 26.8% de los niños más pobres están fuera de la escuela secundaria en comparación con el 4.3% de los niños más rico.

Por otro lado, el %12 de los niños y niñas menores de 5 años no están inscritos en el Registro de Nacimiento, esto representa más de 175,300 niños y niñas. Mientras casi todos los niños y niñas más ricos, menores de cinco años, tienen registro de nacimiento (98.3%), el 27.5% de los más pobres no están inscritos.

Más de 721,000 niños y niñas de 1 a 14 años sufren agresiones psicológicas o castigos físicos en sus hogares. Esto representa el 62.9% del total de los niños y niñas que viven en República Dominicana. No se observan diferencias significativas entre ricos y pobres o rurales y urbanos, debido a que el problema se debe fundamentalmente a patrones socioculturales.

En cuanto al embarazo en adolescentes, 1 de cada 5 adolescentes entre 15 y 19 ha estado o está embarazada (199,580). En las adolescentes más pobre el porcentaje de embarazadas es (10 (%41,10 veces más alto que en las más ricas (4.70%). Por otro lado, el 20,588) %2.1) de niñas de 10 a 14 años ya han tenido un hijo.

El porcentaje de niñas casadas o unidas antes de cumplir 15 años de edad en República Dominicana es de 11.70%, superior a la media latinoamericana 5% y antes de los 18 años es de 37.10%, en América Latina es 23%. El matrimonio adolescente está íntimamente ligado a la pobreza en República Dominicana. El 58.60% de las niñas más pobres están casadas o unidas antes de los 18 años, mientras que el porcentaje de las niñas más ricas es de 18.40%. Las uniones tempranas condicionan el desarrollo de las niñas, las exponen a la violencia, el abuso y el embarazo adolescente y perpetúan el círculo de la pobreza intergeneracional.

Para acabar con las inequidades se debe conocer quiénes son y dónde están los niños y las niñas que estamos dejando atrás, aumentar la inversión en la infancia y focalizar esta inversión en políticas y programas que favorezcan a los más pobres. El análisis de República Dominicana se hizo basado en el estudio “Estado Mundial de la Infancia” y en los datos de la Encuesta Nacional de Hogares – MICS 2014.

Al concluir la presentación, Rosa Elcarte afirmó que la responsabilidad no es solo del Gobierno, por lo que llamó a las comunidades, las familias y los propios niños, niñas y adolescentes a tener una participación activa para mejorar la equidad y promover cambios socioculturales que ofrezcan una oportunidad justa a todos los niños en el país.

(UNICEF , 2016)

Diario de 3, Aldeas SOS: hogares que acogen huérfanos no adoptados en RD.

A pesar de que la tendencia en los últimos años ha sido un aumento en los casos de adopciones y que más niños y niñas están siendo adoptados por familias dominicanas, en el país hay miles de infantes huérfanos y en situación de riesgo social que por diversas razones no llegan a ser adoptados.

A esos niños y niñas, el Estado está obligado a asistirlos y protegerlos para garantizar su desarrollo integral y el ejercicio pleno de sus derechos fundamentales. El órgano encargado de realizar esa tarea es el Consejo Nacional para la Niñez y la Adolescencia (Conani), el cual tiene bajo su supervisión unas 350 Organizaciones No Gubernamentales (ONG), que acogen a una gran parte de estos niños para proporcionarles, atendiendo a sus necesidades sociales, salud física y emocional, y una mejor vida basada en un modelo familiar.

Aldeas SOS

Entre esas ONG se encuentran la Asociación de Aldeas Infantiles SOS República Dominicana, fundada por la Comisión de Kinderdorf Internacional, radicada en Innsbruck-Austria. Es una organización sin fines de lucro que acoge a niños en situación de orfandad o que por razones de pobreza, de salud o psicológicas, sus padres no pueden cuidarlos, remplazando a la familia natural del huérfano o abandonado, por una familia que le brinda seguridad alimenticia, educación, techo y los servicios de salud que amerite cada caso en particular. Aldeas SOS tiene presencia en 132 países del mundo y en República Dominicana desde hace 32 años funcionan tres: en Los Jardines del Norte, en el Distrito Nacional; Los Minas, en Santo Domingo Este, y Los Cocos de Jacagua, en Santiago.

Según explica Jenry Farfán, asesor de mercadeo y comunicación de la Oficina de Coordinación Nacional de Aldeas SOS, en total estos hogares acogen a 1,200 niños y adolescentes, y a la fecha hay registrados 650 aldeanos egresados.

Farfán afirma que la mayoría de ellos son entes productivos y exitosos que han devuelto a la sociedad, y a las propias aldeas, algo de lo que recibieron durante su desarrollo. “Entre esos egresados tenemos médicos, contables, periodistas, ingenieros, profesores y empresarios”, asegura.

Egreso de las Aldeas

Cuando los aldeanos están en la edad de 15 a 16 años egresan de las Aldeas hacia las residencias de jóvenes, que son hogares donde continúan su formación técnica-profesional.

A nivel nacional existen seis y allí tienen la oportunidad de vivir experiencias que los ayudarán a desarrollar su personalidad y prepararse para su vida independiente, asegura Farfán.

En las Aldeas se manejan dos modalidades de atención a la niñez: familias SOS, que crea familias sustitutas para los niños que no tienen, y familias de origen que trabaja en comunidades vulnerables a la desprotección para prevenir el abandono, a través de nueve centros comunitarios en los que apoyan a las familias biológicas con el cuidado y educación de sus hijos.

Madres SOS

Cada familia SOS cuenta con una madre que tiene bajo su cuidado de 8 a 12 niños en una misma casa. Farfán explica que el perfil de una madre SOS es que sean señoras con deseo maternal, viudas, que no tengan hijos o que si los tiene que ya sean grandes. Estas mujeres son capacitadas y entrenadas por tres años y por cuidar de sus hijos reciben un incentivo de ocho a 12 mil pesos dependiendo del tiempo que tengan en su labor.

Farfán manifiesta que las Aldeas SOS, en este país, han pasado por grandes dificultades para la manutención de esos niños porque no reciben apoyo fijo del Estado. Este año los aldeanos solo fueron favorecidos con 120 mochilas por parte del Gobierno.

Recepción de niños

En estos hogares acogen a menores de cero a nueve años con buen estado de salud física y mental, que han perdido a sus progenitores o a uno de ellos, o que han sido abandonados. Estos niños llegan por diferentes vías: desde el Conani, por las escuelas, iglesias y familias afectadas.

(J. Farfán, n/a)

Ley No. 03-136, Código para protección de los derechos de los Niños y Adolescentes. Capítulo II sobre los Derechos Fundamentales.

Artículo 8. - DERECHO A MANTENER RELACIONES PERSONALES Y CONTACTO DIRECTO CON EL PADRE Y LA MADRE. Todos los niños, niñas y adolescentes tienen derecho, de forma regular y permanente, a mantener relaciones personales y contacto directo con el padre y la madre, aún cuando exista separación entre éstos, salvo que ello sea contrario a su interés superior, lo que debe ser comprobado y autorizado por la autoridad judicial competente

Art. 9.- RELACIONES CON ABUELOS. El padre y la madre, el tutor o responsable, no pueden, salvo motivos graves, oponerse a las relaciones personales del niño, niña o adolescente con sus abuelos. A falta de acuerdo entre las partes, las modalidades de esas relaciones serán reguladas por la sala civil del Tribunal de Niños, Niñas y Adolescentes correspondiente. Párrafo.- Considerando situaciones excepcionales, la sala civil del Tribunal de Niños, Niñas y Adolescentes puede acordar un derecho de comunicación o de visita a otras personas, parientes o no.

Art. 10.- DERECHO A LA CULTURA, DEPORTE, TIEMPO LIBRE Y RECREACIÓN. Es obligación del Estado, en especial de las instituciones que integran el Consejo Nacional para la Niñez y Adolescencia (CONANI), garantizar a todos los niños, niñas y adolescentes el derecho a:

- a) Disfrutar de todas las manifestaciones culturales que aporten al desarrollo integral de su persona
- b) Espacios adecuados para hacer uso apropiado del tiempo libre;
- c) Jugar y participar en actividades recreativas y deportivas;
- d) Educación en áreas artísticas;
- e) Actividades que fomenten el desarrollo del talento y la creatividad;
- f) Disfrutar de una cultura de paz.

Párrafo.- Para esos fines, además de las obligaciones de otras entidades del Estado, todos los ayuntamientos son responsables de garantizar la existencia de espacios públicos, deportivos y recreativos adecuados para que los niños, niñas y adolescentes puedan disfrutar de este derecho.

Art. 11.- DERECHO AL MEDIO AMBIENTE SANO. Todos los niños, niñas y adolescentes tienen derecho a un medio ambiente sano y a la preservación y disfrute del paisaje. La familia, la comunidad y el Estado deberán garantizar que el ambiente en que se desarrolle el niño, niña y adolescente esté libre de contaminación e impida que ponga en peligro su salud. Para tales fines:

a) La familia proporcionará un hogar higiénico y en condiciones habitables y educará a sus hijos e hijas en hábitos que favorezcan la protección del entorno;

b) El Estado promoverá la educación medioambiental de los niños, niñas y adolescentes y creará los mecanismos necesarios para proteger el ambiente en el que viven.

Art. 12.- DERECHO A LA INTEGRIDAD PERSONAL. Todos los niños, niñas y adolescentes tienen derecho a la integridad personal. Este derecho comprende el respeto a la dignidad, la inviolabilidad de la integridad física, síquica, moral y sexual, incluyendo la preservación de su imagen, identidad, autonomía de valores, ideas, creencias, espacio y objetos personales.

Párrafo.- Es responsabilidad de la familia, el Estado y la sociedad protegerlos, contra cualquier forma de explotación, maltrato, torturas, abusos o negligencias que afecten su integridad personal.

Art. 13.- DERECHO A LA RESTITUCIÓN DE DERECHOS. El Estado Dominicano tiene la responsabilidad de proteger a todos los niños, niñas y adolescentes contra toda forma de abuso, maltrato y explotación, sin importar el medio que se utilice, incluyendo el uso de internet o cualquier vía electrónica.

Párrafo.- Para estos casos, se procederá a la restitución de los derechos violados o amenazados por medio de la ejecución de medidas de protección previstas en el presente Código. La familia y la sociedad, en su conjunto, deben participar y exigir este derecho.

Art. 14.- DERECHO A QUE SEA DENUNCIADO EL ABUSO EN SU CONTRA. Los profesionales y funcionarios de las áreas de la salud, pedagogía, sicología, trabajo social y agentes del orden público, directores y funcionarios, tanto públicos como privados, y cualquier otra persona que en el desempeño o no de sus funciones tuviere conocimiento o sospecha de una situación de abuso o de violación de los derechos de los niños, niñas y adolescentes, están obligados a denunciarla ante las autoridades competentes, estando exentos de responsabilidad penal y civil, con respecto a la información que proporcionen.

Párrafo.- El incumplimiento de esta obligación conlleva una sanción penal de uno (1) a tres (3) salario mínimo establecido oficialmente. La sala penal del Tribunal de Niños, Niñas y Adolescentes es competente para conocer de esta infracción.

Art. 15.- DERECHO A LA LIBERTAD. Todos los niños, niñas y adolescentes tienen derecho a la libertad personal, de conciencia, pensamiento, religión, asociación y demás derechos y libertades establecidas en la Constitución, la Convención Internacional de los Derechos del Niño y este Código.

Art. 16.- DERECHO A OPINAR Y SER ESCUCHADO. Todos los niños, niñas y adolescentes tienen derecho a expresar libremente su opinión, ser escuchados y tomados en cuenta, de acuerdo a su etapa progresiva de desarrollo.

Párrafo I.- Este derecho se extiende a todos los ámbitos en que se desenvuelven los niños, niñas y adolescentes: estatal, familiar, comunitario, social, escolar, científico, cultural, deportivo y recreacional.

Párrafo II.- Se garantiza a todos los niños, niñas y adolescentes el ejercicio personal y directo de este derecho, especialmente en todo procedimiento administrativo o judicial que conduzca a una decisión que esté vinculada a la garantía de sus derechos e intereses.

Art. 17.- DERECHO A PARTICIPAR. Todos los niños, niñas y adolescentes tienen derecho a participar libre, activa y plenamente en la vida familiar, comunitaria, social, escolar, científica, cultural, deportiva y recreativa, así como la incorporación progresiva a la ciudadanía activa. El Estado, la familia y la sociedad deben crear y fomentar oportunidades de participación de todos los niños, niñas y adolescentes y sus asociaciones.

Art. 18.- DERECHO A LA INTIMIDAD. Todos los niños, niñas y adolescentes tienen derecho al honor, reputación e imagen propia, a la vida privada e intimidad personal y de la vida familiar. Estos derechos no pueden ser objeto de injerencias arbitrarias o ilegales del Estado, personas físicas o morales.

Art. 19.- DERECHO A LA DIVERSIÓN. Todos los niños, niñas y adolescentes tendrán acceso a las diversiones y espectáculos públicos propios o clasificados como adecuados para su edad. Párrafo I.- Los niños y niñas menores de diez (10) años solamente podrán ingresar o permanecer en los lugares de presentación o exhibición cuando estén acompañados de sus padres o responsables. Párrafo II.- Las emisoras de radio o televisión transmitirán en horario clasificado para niños, niñas y adolescentes, programas con finalidad educativa, artística, cultural, informativa y formativa en valores y prevención de la violencia. Párrafo III.- Todo programa será presentado o anunciado con la clasificación antes, durante y al finalizar el mismo. Párrafo IV.- Los responsables de espectáculos públicos y diversión colocarán visiblemente, a la entrada del lugar, la información detallada sobre la naturaleza del espectáculo y su clasificación en cuanto a las edades a partir de las cuales se permitirá el acceso.

VII. Diseño metodológico: metodología y técnicas de investigación cuantitativa y/o cualitativa.

Tipo de Investigación

La investigación a llevar a cabo es de tipo descriptiva, ya que a partir de las encuestas y entrevistas que se realizarán se podrá dar a conocer en cual tipo de la población se trabajará y así realizar una descripción directa de los mismos. Mediante esta investigación también buscamos obtener la mayor cantidad de características posibles mediante la observación.

Esta investigación también será de campo debido a que se utilizarán técnicas como la entrevista y la encuesta que serán aplicadas en el ambiente donde se encuentra presente la problemática planteada sobre el desconocimiento de la organización Aldeas Infantiles SOS, los servicios que ofrecen y como colaborar.

Se trabajará de forma directa en la organización para obtener los datos de manera clara y precisa, y así evitar cualquier tipo de error o distorsión de a información, que pueda resultar en la obtención de los datos.

Además será una investigación documental, porque se va a partir de los conocimientos previos obtenidos a través de las opiniones existentes en los distintos medios tales como el internet, biblioteca y ciertos libros especializados en la elaboración de campañas publicitarias y otros aspectos relevantes contribuyendo así en el desarrollo de la investigación.

Métodos de Investigación

Para hacer posible el desarrollo de la investigación, se utilizarán una gama de métodos especializados, los cuales aportarán tanto a poder lograr los objetivos planteados, como obtener y construir datos relevantes acerca del tema y realizar el producto final de la investigación que es el desarrollo de un plan de comunicación para la organización Aldeas Infantiles SOS.

Técnicas e Instrumentos

Dentro de los métodos a utilizar se encuentra la entrevista. Mediante esta se coleccionarán datos sobre los fundadores, familias y personas allegadas a la organización Aldeas Infantiles SOS, este sería el primer paso para la obtención de información necesaria para la investigación. Otro de los métodos que serán utilizados es la observación, que gracias a esta se podrá percibir de una forma más cercana la problemática en los centros con los que cuenta la organización en Santo Domingo, y los factores que influyen de manera directa e indirecta en el desarrollo del mismo.

Mediante las encuestas buscamos obtener información más específica sobre que cantidad de personas conocen o que tanto saben de Aldeas Infantiles SOS.

VIII. Fuentes de Documentación

- Sin Fines De lucro. (2010). Aldeas Infantiles SOS – República Dominicana. n/a, de n/a Sitio web: <http://sinfinesdelucro.org/organizaciones/aldeas-infantiles-sos-republica-dominicana/>
- M. Quiroz. (2005). Aldeas S.O.S., modelo de formación familiar, educativa y de salud. n/a, de n/a Sitio web: <http://hoy.com.do/aldeas-s-o-s-modelo-de-formacion-familiar-educativa-y-de-salud/>
- N/a. (69 .(2016 millones de niños morirán entre 2016 y 2030 según estudio de UNICEF. n/a, de n/a Sitio web: https://www.unicef.org/republicadominicana/media_33577.html
- J. Farfán. (N/A). Aldeas SOS: hogares que acogen huérfanos no adoptados en RD. n/a, de n/a Sitio web: <http://www.diariode3.com/aldeas-sos-hogares-que-acogen-huerfanos-no-adoptados-en-rd/>

IX. Esquema preliminar y de contenido del Trabajo de Grado.

Dedicatoria
Agradecimiento
Introducción

Capítulo I. – Marco Teórico

1.1. Aldeas Infantiles

1.2. Misión, Visión y Valores

1.3. Sus Programas

1.4. UNICEF. ¿Qué es UNICEF?

1.5. Ley para protección de los derechos de los Niños y Adolescentes no. 1 .1.5. 03 -136

Capítulo II.- Metodología

2.1. Diseño de la investigación

2.2. Tipo de investigación

2.3. Métodos de investigación

2.4. Población

2.5. Muestra

- 2.5.1. Tamaño muestra
- 2.5.2. Tipo de muestra
- 2.6. Técnica e instrumentos

Capítulo III.-Presentación y análisis de los resultados.

- 3.1. Descripción de los datos
- 3.2. Perfil del encuestado
- 3.3. Análisis del comportamiento en los encuestados
- 3.4. Opiniones de expertos en el área
- 3.5. Análisis de resultados en la publicidad

Capítulo IV. Propuesta de Campaña

- 4.1. Racional
- 4.2. Propuestas y piezas gráficas
- 4.3. Plan de medios
- 4.4. Presupuesto

Capítulo v - Conclusión y recomendaciones

- 5.1. Conclusión
- 5.2. Recomendaciones
- 5.3. Bibliografías Consultadas

Anexos

Glosario de Términos