



Universidad Católica Andrés Bello
Facultad de Humanidades y Educación
Escuela de Comunicación Social
Mención: Periodismo

Diseño de una estrategia comunicacional para una asociación sin fines de lucro.

Caso: ASODECO

Trabajo especial de Grado presentado por:

Yosmara J. ROJAS CORNIELES

a la Escuela de Comunicación Social
como parte de los requisitos para optar al título de
Licenciado en Comunicación Social

Tutor

Lic. Miguel Peña

Caracas, septiembre de 2009

Diseño de una estrategia comunicacional para una asociación sin fines de lucro. Caso: ASODECO

Yosmara Rojas, 2009

Resumen:

¿Quién conoce la labor ha realizado ASODECO durante más de 20 año en Venezuela? Esta es una de las preguntas que valdría la pena referirse al evaluar en qué estado se encuentran las instituciones que en su labor tratan de atenuar la desatención de las que son víctimas las personas con discapacidad. En este trabajo se aborda el problema de promoción de la institución, es decir, las carencias en cuanto al tema de promoción. Para ello, en la siguiente investigación se diseñó una estrategia comunicacional, a fin de cerrar la brecha que existía entre el público externo y la Asociación. Como se resultado se pudo obtener que ASODECO debe buscar ayuda de otras instituciones similares a ella, así como del Gobierno nacional y de los medios de comunicación para que su radar de acción sea más amplio y para que atienda a aquellas personas que lo necesiten.

Palabras clave: ASODECO; personas con discapacidad; promoción; estrategia comunicacional; medios de comunicación.

Abstract:

The one who knows the labor has fulfilled ASODECO during more than 20 year in Venezuela? This one is one of the questions that would cost a sorrow to refer on having evaluated in what condition they find the institutions that in her labor try to attenuate the inattention of those who are victims the persons with disability. In this work there approaches the problem of promotion of the institution, that is to say, the lacks as for the topic of promotion. For it, in the following research a communication strategy was designed, in order to close the gap that existed between the external public and the Association. Since it was possible to obtain that ASODECO must look for help of other institutions similar to she, as well as of the national Government and of the mass media in order that her radar of action is more wide and in order that she attends to those persons who need it.

Key words: ASODECO; persons with disability; promotion; communication strategy; mass media.

En estos cinco años de éxitos logrados nunca estuve sola, son dos personas a quienes quiero dedicar este trabajo que es el resultado del tiempo invertido, de las palabras de aliento y de la motivación añadida justo en momentos de declive:
mi madre y mi padre.

AGRADECIMIENTOS

Se me hace difícil comenzar esta lista de gracias a quienes me acompañaron durante los años de mi carrera, que me ayudó a conocer a tantas personas y a lograr éxitos impensables.

Dios como el único testigo en silencio al que invocaba para salir de apuros, para que me acompañase en los parciales, entrevistas, trabajos, entre otros. ¡Gracias por una luz en mi camino!

Madre, la confianza que depositaste en mí fue infinita, para ti me sobran las palabras de agradecimiento. Tu compañía fue mi principal motivo para lograr este éxito que hoy te quiero regalar, y que quiero que siempre lleves en tu corazón. ¡Gracias por mostrarme el camino, por tu paciencia, por tus hermosas palabras, por tus sacrificios!

Papá, ese apoyo que me regalaste en todo momento no lo olvidaré nunca, tu compañía fue muy valiosa, tanto al principio como al final. Tú más que nadie me tuviste mucha paciencia. ¡Gracias por las horas de viaje de aquí para Mérida, para Puerto Ordaz y de regreso otra vez a Caracas!

Hermanos, este éxito también es de ustedes, cada uno aportó su granito de arena oportunamente, uno más que el otro, pero igual de significativo. ¡Gracias por ser mis hermanos mayores!

Profesor Miguel Peña, quizás es usted quien merezca todo el crédito de este Trabajo, intelectualmente lo es. Su acompañamiento durante un año fue muy valioso, sus consejos. ¡Gracias por pertenecer a este proyecto que poco a poco fue tomando forma hasta lograr alcanzar una meta!

Profesora Caroline, para usted también hay un lugar especial en este trabajo. ¡Gracias por transmitirme entereza y que no hay que dejarse vencer nunca, ni en las peores circunstancias!

Nelly Goncalves y su equipo de trabajo en ASODECO, ustedes han demostrado que con cosas pequeñas se puede lograr grandes cambios, fue maravilloso compartir con quienes me recibieron con las puertas abiertas y con una calurosa mano. ¡Gracias por seguir adelante y ayudar a construir este país desde su trinchera!

Mis amigos de la Universidad, Andrea, Keilyn, Carla, José, su cariño y comprensión no tuvieron límites al momento de regalarme su amistad. ¡Gracias por dejarse conocer y querer, deseo que permanezcamos siempre unidos!

Finalmente, quiero dar infinitas gracias a quienes fueron mis compañeros de trabajo. Yuruarí, Alexander y Rafael son maravillosos como jefes y como amigos, aprendí mucho con ustedes. Luis, Estefanía, Gabriel, Andrea y Julio, su compañía fue muy grata, su apoyo y preocupación me hizo entender que había ganado una familia más. Mariela Pereira, gracias por darme la oportunidad de pertenecer a ese estupendo equipo de profesionales que ha trabajado incansablemente, y gracias por depositar tu confianza en mí.

ÍNDICE DE CONTENIDO

Introducción	9
Capítulo I. Desarrollo de la investigación	
I. 1 Planteamiento del problema	12
I. 2 Objetivos	15
I. 2.1 Objetivo General	15
I. 2.2 Objetivos Específicos	15
I. 3 Justificación	16
I. 4 Delimitación	17
Capítulo II. La comunicación en las organizaciones	
<i>II.1 Definición de organización y comunicación</i>	
II. 1.1 La Organización	18
II. 1.2 Tipos de Organización	19
II. 1.3 Características de la Organización	21
II. 1.4 La comunicación institucional o corporativa	22
II. 1.5 La Comunicación Interna	24
II. 1.6 La Comunicación Externa	25
II. 1.7 Terminología Básica	29
<i>II.2 La estrategia comunicacional</i>	
II. 2.1 Análisis de la situación. Matriz FODA	30
II. 2.2 Fijación de los objetivos	33
II. 2.3 Audiencias clave	34
II. 2.4 Estrategia, tácticas y actividades. Mensajes claves	35

II. 2.5 Cronograma de trabajo	38
II. 2.6 Presupuesto	38

Capítulo III. Trabajando desde hace 24 años

<i>III. 1 La Asociación</i>	
III. 1.1 ¿Qué es ASODECO?	39
III. 1.2 Historia	39
III. 1.3 Misión	42
III. 1.4 Objetivos de la Asociación	43
III. 1.5 Características de la Asociación	44
<i>III. 2 Situación venezolana</i>	46

Capítulo IV. Marco Metodológico

IV. 1 Tipo de investigación	48
IV. 2 Operacionalización de las variables	49
IV. 3 Fuente de datos	51
IV. 4 Población y muestra	52
IV. 5 Instrumentos de medición	53
IV. 6 Validación del instrumento de medición	54
IV. 7 Tratamiento cualitativo	55

Capítulo V. Análisis de los resultados

V. 1 Análisis de las encuestas	56
V. 2 Análisis de la entrevista	73
V.3 Análisis de la Matriz FODA	75

Capítulo VI. Estrategia de comunicación

VI. 1 Objetivos	78
VI. 2 Audiencias clave	79
VI. 3 Estrategia, tácticas y actividades	81
VI. 4 Mensajes claves	89
VI. 5 Cronograma de trabajo	91
VI. 6 Presupuesto	92

Capítulo VII. Conclusiones y recomendaciones

VII. 1 Conclusiones	93
VII. 2 Recomendaciones	97

Bibliografía	99
---------------------------	----

Anexo A	102
----------------------	-----

Anexo B	103
----------------------	-----

Anexo C	105
----------------------	-----

INDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Años de vinculación con ASODECO	57
Gráfico 2: Lectura de material especializado	58
Gráfico 3: Participación de los padres y representantes	59
Gráfico 4: Sentido de pertenencia hacia la Asociación	60
Gráfico 5: Reconocimiento de la directora de ASODECO	61
Gráfico 6: Reconocimiento de la misión	62
Gráfico 7: Formatos de presentación de la información	64
Gráfico 8: Preferencia de los géneros periodísticos	65
Gráfico 9: Preferencia de los medios de comunicación	66
Gráfico 10: Tipo de publicación impresa	67
Gráfico 11: Consulta de la información publicada	68
Gráfico 12: Preferencia de la información audiovisual	69
Gráfico 13: Periodicidad de la información	71
Gráfico 14: Asistencia a los distintos eventos	72

INTRODUCCIÓN

La importancia que hoy en día tienen el sentido de pertenencia, la identificación y el compromiso de los trabajadores con la motivación hacia la empresa es necesaria para el fortalecimiento de dichas instituciones. Es así como cobra valor la comunicación entre quienes están dentro de ellas como quienes no lo están, pues la retroalimentación entre ambas partes es vital.

Con certeza se puede afirmar que el campo de la sociedad que más requiere atención, compromiso y solidaridad por parte de los ciudadanos es aquella que brinda espacios para la educación e inserción en la sociedad de personas que tienen sus capacidades limitadas, sin obtener a cambio algún beneficio. Si no se le presta la debida atención, no tiene sentido el aporte que las empresas privadas le prestan a organizaciones sin fines de lucro.

Es así como este trabajo de grado pretende cerrar una brecha entre la audiencia externa y quienes cumplen su labor dentro de la organización, en este caso la Asociación para el Desarrollo de Educación Especial Complementaria (ASODECO). Lo que se pretende es diseñar una estrategia comunicacional para asociaciones de una misma naturaleza, es decir, sin fines lucrativos, que permita brindarles una propuesta que sea capaz de atender sus necesidades comunicacionales y así lograr llegar a más personas interesadas en el trabajo de la asociación, tanto ciudadanos como empresarios.

Este tipo de asociaciones logran congregarse un conjunto de características similares, que han pasado por las mismas deficiencias y que lograron en su momento contar con la ayuda de empresas y voluntarios.

Lo que se quiere lograr es promover las actividades académicas, sociales, deportivas, culturales y recreativas que realiza ASODECO, así como los talleres que ejecutan en sus instalaciones, y de esta manera se puedan generar los mecanismos de información de aquellos grupos denominados “minorías”, y que muchas veces su contribución a la sociedad resulta satisfactorio.

Los contenidos de este trabajo están enfocados a conocer en profundidad los aspectos generales de una organización, y todo cuanto le rodea, cuáles es la tipología que existe, sus características, la definición de identidad corporativa, así como conceptos y terminología básica.

La Asociación tendrá dedicado un capítulo aparte, allí se explica la historia que está detrás de su fundación, en qué consiste el trabajo voluntario, cuál es su misión, visión y valores y sus características.

El marco contextual se refiere a los antecedentes que rodean al fenómeno a estudiar, también se explica cuál es la situación en la que se encuentra la institución y se plantea cuál es el problema detectado.

El siguiente aspecto a tratar es la manera en que se procederá a realizar la búsqueda de resultados, es decir, cuál metodología se empleará para resolver la dificultad planteada a través de un tipo de investigación específica, el instrumento de medición, las variables relacionadas con el fenómeno y otros aspectos a considerar.

Los puntos finales están vinculados con la presentación de los resultados, que será propiamente el cuerpo de trabajo, las conclusiones y recomendaciones, bibliografía y anexos.

Sobre esta temática se han desarrollado infinidad de trabajos de grado para optar al título de Licenciado en Comunicación Social, especialmente los que están vinculados

a la planificación y diseño de una estrategia comunicacional y asociaciones denominadas sin fines de lucro.

Es por este motivo que el interés de trabajar con ASODECO fue por razones de conocer y demostrar que hay ciudadanos que por su condición de ser únicos en la sociedad merecen ser reconocidos, y que no hace falta poseer grandes habilidades lograr obtener un lugar importante entre los ciudadanos.

CAPÍTULO I. DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN

1.1 Planteamiento del problema

En Venezuela existe una realidad social que le compete e involucra a toda la población en general. Se trata de jóvenes y adultos con discapacidad, bien sea física, motora o mental, que tienen los mismos derechos e igualdad de oportunidades, según lo establecido en la actual Constitución de la República Bolivariana de Venezuela de 1999, con respecto a aquellos que no poseen dichas condiciones.

Tanto las empresas públicas como privadas tienen a su cargo una cuota de responsabilidad social y los ubica como agentes que aportan beneficios tanto económicos como empresariales para la realización de actividades, implementación de programas y cursos de formación, para todo los ciudadanos sin discriminación.

Es así como debe tratarse de incorporar a estos ciudadanos con limitaciones especiales para que formen parte de una sociedad en constante desarrollo, y que al mismo tiempo se les otorguen las debidas herramientas para su inserción en los distintos ámbitos laborales.

Muchas veces esto se logra porque existen asociaciones o grupos de convivencia o interés que hacen posible la aplicación y pleno desarrollo de las habilidades socio-laborales de estos jóvenes con capacidades limitadas.

Es así como la Asociación para el Desarrollo de Educación Especial Complementaria (ASODECO) trabaja desde hace más de veinte años en Venezuela con

jóvenes y adultos que presentan dificultades en cuanto al aprendizaje y al área de inserción laboral, gracias al programa “Creando Independencia”.

Si existe un continuo crecimiento, planes de acción, programas de desarrollo, y eventos sociales por parte de ASODECO que son noticia, ¿por qué no brindar a los ciudadanos un espacio para el reconocimiento de dichas actividades y hasta la posible colaboración de recursos, tanto económicos como humanos, a través de un medio de difusión informativo?

Muchas de estas organizaciones sin fines de lucro no son conocidas por los ciudadanos, los motivos no han sido atribuidos a ningún organismo o persona, pero no escapa de la realidad que un número de venezolanos, hasta ahora representan el diez por ciento de la población, está siendo ignorado al no dársele la oportunidad de expresar sus ideas y mostrar las habilidades que como miembros de una asociación en particular cumplen.

Las instituciones que se encargan de albergar a personas con discapacidad tienen en su haber un sentimiento de admiración por parte de las familias de estos jóvenes y adultos, quienes también tienen el reconocimiento de los ciudadanos que aplauden estas labores sociales.

Sin el aporte de instituciones como ASODECO, de la Asociación audaz Para Orientación Y Estímulo de personas con necesidades especiales (APOYE), la Asociación Venezolana de Padres y Amigos de Niños Excepcionales (AVEPANE), la Asociación Venezolana para el Síndrome de Down (AVESID), entre muchas otras, no se lograría conocer las habilidades de estos seres especiales.

No obstante, toda esta labor que realizan diferentes asociaciones civiles debería tener mayor cobertura de los medios de comunicación social, contribuyendo de esta manera a reducir la desinformación que existe entre la población venezolana de aquellas

familias que tienen un hijo con necesidades especiales y las empresas que están en la búsqueda de recursos humanos.

Asimismo, ante la mirada indiferente de los organismos oficiales, había que dar respuesta a aquellas familias que entre ellas existía un miembro con trisomía, o Síndrome de Down, y no abandonar la esperanza de convertir a estas personas en seres plenamente incorporados a la sociedad.

Ante este trabajo arduo que han realizado muchas de estas instituciones a lo largo de los años, la contribución que le puede otorgar la sociedad es reconocer su labor, manifestando su apoyo y siendo multiplicadores de la razón de ser de estas asociaciones.

La manera más adecuada para cumplir este objetivo, es promocionando tanto a la institución como a sus integrantes, de manera que tengan el sentimiento de que lo están haciendo bien, y que el reto consiste en superarse a sí mismos.

No es casualidad que estas instituciones se apoderen del bienestar de los beneficiados, logrando que desarrollen al máximo sus potencialidades y aptitudes a través del estímulo y la puesta en práctica de talleres y asesorías que imparten los profesionales de estas organizaciones.

En este sentido, se pretende diseñar una estrategia comunicacional que permita brindarle a ASODECO una propuesta que sea capaz de atender sus necesidades comunicacionales y así llegar a más personas interesadas en la asociación, tanto ciudadanos como empresas.

El propósito es promover las actividades académicas, sociales, deportivas, culturales y recreativas de la asociación, así como los talleres que realizan, para que se

puedan generar los espacios de información de aquellos grupos denominados “minorías”, y que muchas veces su aporte a la sociedad genera cambios satisfactorios.

I.2 Objetivos

I.2.1 General

Diseñar un plan estratégico de comunicación que permita a ASODECO proyectar la labor que realiza en pro de jóvenes y adultos con discapacidad.

I.2.2 Específicos

Identificar la labor que hace la asociación y cuáles factores son de interés para los ciudadanos.

Conocer cómo perciben los familiares de personas con discapacidad a esta Asociación.

Realizar un análisis integral de la institución tanto en su ámbito interno como su vinculación con el entorno.

Definir los elementos que conforman la estrategia comunicacional.

Diseñar la estrategia comunicacional basada en el diagnóstico previo.

1.3 Justificación

En una entrevista que se realizó con una integrante del equipo de trabajo de ASODECO, Mary Alejandra Alvarado, quien se desempeña dentro de la Asociación como Coordinadora de Formación Laboral, se pudo determinar que se requiere un plan estratégico de comunicaciones que proyecte todos los logros y metas alcanzados por quienes allí trabajan.

En dicha entrevista se mencionó que existen personas interesadas en divulgar información acerca del trabajo que allí se realiza; sin embargo, en algunas oportunidades se ha utilizado como herramienta comunicacional el documental, el reportaje y la entrevista, aún así la institución no cuentan con una política comunicacional precisa para dar a conocer el alcance de su labor.

Asimismo, cuando a un evento bien sea político, cultural, económico o social, se le otorga una amplia cobertura mediática, esa misma importancia o relevancia demandan en estos momentos las instituciones que están a cargo de asociaciones civiles y que trabajan para el bienestar de personas con necesidades especiales.

En este sentido, y según el registro de prensa que lleva ésta asociación, sólo un máximo de cuatro artículos por año es lo que se ha destacado en la prensa y en algunas revistas.

Este es un problema que afronta la asociación, y que debe resolverse haciendo una revisión detallada de la organización, sus puntos fuertes y débiles, así como del entorno donde se desarrolla, con lo que se pudiera diseñar una propuesta comunicacional que incremente la presencia de esta institución en los diferentes espacios informativos.

1.4 Delimitación

Esta investigación se realizará solamente en el Distrito Capital, pues la única sede de ASODECO se encuentra ubicada en esta región del país, sin embargo, el proyecto de investigación tendrá la capacidad de beneficiar a 130 jóvenes y sus respectivas familias que actualmente forman parte de la asociación.

El tiempo necesario para el desarrollo de la estrategia comunicacional está comprendido entre octubre de 2008 y septiembre de 2009. Esta modalidad de trabajo se realizará en conjunto con un asesor institucional, quien servirá de apoyo y guía en todos los planes y requisitos necesarios para el abordaje de la problemática.

CAPÍTULO II. LA COMUNICACIÓN EN LAS ORGANIZACIONES

II.1 Definición de organización y comunicación

II.1.1 La Organización

Cuando se habla de organización, se hace referencia a una empresa, asociación o institución que trabaja de forma permanente para hacer cumplir la misión que se ha propuesto desde sus inicios; además tiene una visión dentro de una sociedad determinada, es decir, responde a la pregunta de qué quiere la empresa que sea en unos años.

Es así como la definición de organización más adecuada para la presente investigación es la proporcionada por Isaac Guzmán Valdivia, autor mexicano de la teoría administrativa:

Organización es la coordinación de las actividades de todos los individuos que integran una empresa con el propósito de obtener el máximo de aprovechamiento posible de los elementos materiales, técnicos y humanos, en la realización de los fines que la propia empresa persigue. Recuperado en diciembre 1, 2008, de http://www.elprisma.com/apuntes/administracion_de_empresas/organizacion/

Una segunda definición, un tanto más precisa, permite completar la idea antes expuesta la cual se refiere al concepto de organización. Según Alexei Guerra Sotillo, autor venezolano, licenciado en Administración Comercial, la organización está comprendida, al mismo tiempo, en acción y objeto.

Acción está comprendida como el sentido de la actividad que se encarga de coordinar el esfuerzo de varias personas dentro de la organización, y que deben cumplir las tareas asignadas, roles establecidos o labores definidas, así como también las formas en que estos se relacionarán a fin de cumplir un objetivo o meta.

En ese sentido, se pueden extraer dos conceptos básicos que están incluidos dentro de la organización, uno de ellos es la estructura, la cual implica el establecimiento del marco fundamental, es decir, es el centro de operación de un grupo de personas. Es así como se establece un sentido en cuanto a la disposición, a las jerarquías de sus integrantes y a las funciones que desempeñan para lograr cumplir cada uno de los objetivos propuestos desde la concepción de la organización.

El otro elemento que tiene preponderancia es la sistematización, que es donde se debe enfocar todo el plan de trabajo propuesto por los miembros de la organización, donde prevalece la disciplina, la coordinación de actividades y los recursos del cual ellos disponen.

II.1.2 Tipos de Organización

Cada organización cumple una función específica en la sociedad, es por ello que es necesario determinar cuáles son las necesidades que requieren ser satisfechas y en función de esto se trazan objetivos para cumplirlas, aunque a veces no resulte sencillo fijar con exactitud cuáles serán los propósitos que la definirán y harán resaltar la organización de las demás.

En este sentido, si una comunidad requiere una institución que atienda las precariedades que hay con respecto a la infraestructura, no tiene relevancia alguna que se constituya una (institución) que destine su recurso humano y económico a cuidar y proteger la flora y fauna del lugar, es decir, algunos intereses privan más que otros.

Es por esto que la clasificación de las organizaciones es compleja, ya que todo depende de los recursos que tengan a su disposición, los objetivos que quiera cumplir y el compromiso que adquiere cada uno de los integrantes de ésta.

Según Idalberto Chiavenato (2004), quien es experto en la teoría administrativa autor del libro *Iniciación a la Organización y Técnica Comercial*, explica que las organizaciones son “extremadamente heterogéneas y diversas” y cuyo tamaño, características, estructuras y objetivos son diferentes.

Esta definición da lugar a una amplia variedad de tipos de organizaciones, sin embargo, la clasificación considerada pertinente para este trabajo de grado es aquella división que se hace según sus fines, estos son: con fines de lucro y sin fines de lucro.

La primera es a la cual se le denomina empresas, y tienen como uno de sus principales intereses, si no el único, generar una determinada ganancia o utilidad en el ámbito económico para sus propietarios o accionistas.

Por su parte, la organización sin fines de lucro se caracteriza porque cumple con un determinado rol en la sociedad en la que se desenvuelve, sin obtener a cambio una ganancia por ello, es decir, sin fines lucrativos. Algunos ejemplos de organizaciones que operan bajo este concepto son: el ejército, la Iglesia, los servicios públicos, las organizaciones no gubernamentales (ONG's).

II.1.3 Características de la Organización

Según el portal *web* de comunicación <http://www.slideshare.net/mafecot/caracteristicas-de-la-organizacion>, dedicado a desarrollar temas que envuelven al quehacer organizacional, explica las características de una organización. Entre ellas las más importantes son:

- **Complejidad:** consiste en dos tipos de crecimiento, el vertical y el horizontal, el primero se refiere al incremento de departamentos y niveles jerárquicos de su recurso humano, y el segundo es cuando se agregan las unidades de negocio.
- **Anonimato:** es cuando se lleva a cabo una tarea en la organización y no lleva consigo el sello personal de quien la realizó, es decir, es impersonal la labor que se ejecutan, y más cuando se trata de asociaciones que no persiguen fines lucrativos.
- **Rutinas estandarizadas:** son todas las actividades que lleva a cabo la organización, estas tienen una razón de ser, deben ser ejecutadas de manera sistemática y paso por paso.
- **Públicas o Privadas:** esto dependerá de la naturaleza de la organización, como públicas se entiende todas aquellas que controla y financia el Estado mientras que las privadas son constituidas por personas que persiguen fines lucrativos o no. Su funcionamiento depende de las actividades en que se desenvuelve su capital humano.

II.1.4 La comunicación institucional o corporativa

No es posible concebir una sociedad y sus distintas formas de interrelación sin los procesos comunicacionales que ésta lleva a cabo, es decir, sociedad sin comunicación no es posible ya que una depende de la otra y viceversa.

A este respecto Fernández (2002) refiere que “la comunicación organizacional es el conjunto total de mensajes que se intercambian entre los integrantes de una organización, y entre ésta y su medio” (p. 30).

Es por esto que el hombre ha buscado la manera de comunicarse con sus iguales, con la finalidad, en principio, de satisfacer necesidades en todos los ámbitos posibles.

De igual forma, si la sociedad es impensable sin interacción, en las instituciones sucede lo mismo, y es por esto que han surgido distintas formas de comunicación, tanto aquella que va dirigida a un público externo como la que está destinada al público interno, el cual lo conforman la fuerza laboral de la institución u organización.

Ivancevich (1994) explica que el diseño de la organización debe propiciar la comunicación, y ésta debe estar enfocada en cuatro direcciones, que son: hacia abajo, hacia arriba, horizontal y transversalmente.

De estos cuatro enfoques serán definidos sólo dos, pues la mayoría de los autores convergen en que las más comunes son la ascendente y la descendente.

La primera, la descendente, fluye desde los niveles más altos de la organización, sin embargo, resulta inapropiada para aquellos empleados que desean generar cambios en su lugar de trabajo, pues están subordinados a las órdenes que se emiten desde la cúspide. “La ausencia de información relacionada con el trabajo puede crear un estrés innecesario entre los integrantes de la organización”. (p. 532).

Por su parte, Fernández (2002) define a la comunicación que se establece en las organizaciones como red comunicacional, que existe a partir de de que dos personas se involucran, hasta la red que comprende a toda la organización.

A su vez explica que esta red comunicacional puede manifestarse a partir de una triple modalidad. El Modelo I consiste en una comunicación unidireccional, donde el público receptor se limita a recibir todo aquello que emite un emisor, y a su vez, en este proceso se genera una ausencia de retroalimentación.

En ese sentido, la comunicación ascendente resulta ineficaz, puesto que hoy en día en las organizaciones modernas, ya no tiene cabida este tipo de flujo de información porque los empleados se resisten a comunicarse con la gerencia sobre todo cuando se trata de malas noticias.

La segunda es la comunicación ascendente, donde Ivancevich (1994) refiere que se trata de “propiciar los mensajes abiertos y veraces de los empleados hacia la gerencia, es una tarea especialmente difícil, sobre todo en las organizaciones más grandes”. (p. 532).

Mientras tanto, Fernández (2002) indica en su Modelo II la comunicación bidireccional que tanto el emisor como el público receptor se genera la retroalimentación ascendente.

II.1.5 La Comunicación Interna

La comunicación interna es definida por Wilcox (2001) de la siguiente forma: “Cuanto mejor informados estén los empleados, menos probabilidades hay de que divulguen información errónea e incluso perjudicial para la propia empresa. Un vacío de información es el mejor abono para que se extiendan los rumores” (p. 340).

En este sentido, ésta forma de comunicación es la adecuada cuando la organización desea consolidar el flujo de información con su audiencia interna, para luego conquistar los espacios de la audiencia externa.

Otro concepto de comunicación interna es el siguiente:

“Conjunto de actividades efectuadas por cualquier organización, para la creación y mantenimiento de buenas relaciones con y entre sus miembros, a través del uso de diferentes Medios de Comunicación, que los mantengan informados, integrados y motivados, para contribuir con su trabajo al logro de los objetivos comunicacionales”. (Martín Martín, p. 23)

Por su parte Fernández (2002) revela que a partir de un tercer enfoque de la comunicación organizacional, el cual se entiende como un conjunto de técnicas encaminadas a facilitar el flujo de información, la comunicación interna es la que destina los programas al personal de la organización: directivos, gerencia media, empleados y obreros.

En ese sentido, la comunicación interna es el conjunto de actividades que realiza una organización con la finalidad de crear y mantener buenas relaciones con y entre sus miembros, utilizando distintos medios de comunicación que estén destinados a mantenerlos informados, integrados y motivados para lograr cada uno de los objetivos.

II. 1.6 La Comunicación Externa

La otra forma de comunicación es aquella que tiene como destino establecer puentes o brechas, entre la organización o institución con la audiencia que tiene algún interés en ella.

Ésta es la definición que ofrece Fernández (2002): “Es el conjunto de mensajes emitidos por cualquier organización hacia sus diferentes públicos externos, encaminados a mantener o mejorar sus relaciones con ellos, a proyectar una imagen favorable o a promover sus productos o servicios” (p. 32).

Martín Martín (1997) explica que “la Comunicación Interna es el soporte previo y básico de la Comunicación Externa” (p. 24), porque antes de difundir una comunicación hacia el exterior, la organización debe conocer su cultura organizacional y coordinar un plan estratégico de comunicación.

Sin embargo, Pizzolante (2004) explica que una organización debe saber que para establecer una comunicación entre sus audiencias claves primero tiene que cumplir el objetivo de imprimir un estilo propio en la comunicación, diseñando formas que las relacionen con dichas audiencias.

“Definir las ‘reglas del juego’ en las relaciones es construir confianza y tolerancia, lo cual se convierte en una ventaja competitiva para las organizaciones”. (Pizzolante, 2004, p. 100).

Entre esas formas de comunicación están, tanto interna como externa: los comunicados de prensa, boletines informativos, folletos informativos y manuales, memorias anuales, revistas, publicidad corporativa, entre muchos otros más.

El comunicado de prensa debe ser preparado de manera que contenga la información precisa y necesaria, es decir, que contenga los datos básicos y útiles, tales como las respuestas a las tradicionales cinco preguntas: qué, quién, cómo,

cuándo y por qué. Teniendo presente que la finalidad del comunicado no es confundir sino informar. No debe dejar a un lado el estilo de redacción, que no sea un material contentivo de información pura y simple, sino que no debe dejar lugar para las confusiones.

A este respecto Pizzolante (2004) explica:

“La disciplina correcta nos obliga a pensar cuando redactamos la nota con la misma mente del comunicador que la recibe, es decir, un profesional que no tiene tiempo para ser comprensivo y que si la nota no se vende bien, no muestra un buen titular, corto, concreto, noticioso y con suficiente síntesis e intertítulos que le den más vida a la noticia, el tiempo que utilizamos para escribir la nota termina en el cesto de la basura”. (p. 126).

Boletines informativos, están destinados a dos audiencias, tanto las internas como las externas. La finalidad que se persigue con la audiencia interna es informar acerca de las tendencias que surjan en su ámbito de acción, los acontecimientos que estén por suceder a corto plazo, hacer del conocimiento los nuevos productos que vaya a lanzar la empresa y los éxitos que alcanzaron los empleados a través de su esfuerzo.

Esta publicación debe circular de forma regular, es decir, no dispersarse con el tiempo y llegar a su público de modo que acapare el interés de la audiencia. El medio de comunicación idóneo para el envío de este material informativo puede ser tanto impreso como electrónico.

Los boletines que están pensados para públicos externos tienen la finalidad de informar:

Sobre aquellas tendencias políticas que podrían afectar a su organización o ámbito de interés, anuncios de nuevos programas y líneas de acción, breves artículos de interés humano (...) es decir, cualquier noticia que el director del boletín considere de interés para los lectores y que se pueda contar brevemente. (Wilcox, p. 520).

Los folletos informativos son aquellos que mejor describen tanto los objetivos y las funciones de una organización, tienen como principal propósito dar a conocer los datos de una institución, como su carta de presentación, tal como es el caso de los folletos que se ofrecen en una exposición de arte, de gastronomía o de salud. Allí está resumida la historia de la organización, sus valores, su misión, su visión, características, objetivos y sus proyectos que ha desarrollado a lo largo de su historia.

Por su parte, los manuales se diseñan para ser distribuidos entre los medios de comunicación, las grandes empresas lo utilizan como instrumento de relaciones públicas. Su finalidad es presentar la política de la empresa, información estadística y datos significativos sobre lo que la organización ha puesto en marcha en su ámbito de acción.

Memorias anuales, son consideradas como una publicación con fines reguladores, es decir, su propósito es contribuir con las relaciones públicas que establece la organización con sus pares. Se divide en tres grandes secciones: la primera consiste en recordarle a sus accionistas que la organización está marchando con éxito gracias a la buena gestión que desempeña la junta directiva, la segunda fomenta la compra de acciones y la última es utilizada para incorporar nuevos empleados, es decir, si las condiciones actuales de la organización lo permite será posible emplear a más personas.

Las revistas forman parte de aquellas publicaciones que se elaboran de forma más pausada, que tiene como principal objetivo brindar una material de contenido profundo, es decir, donde el lector se encuentre con reportajes, entrevistas, investigaciones y a su vez esta información esté acompañada por elementos gráficos, como fotografías, infografías, entre otros, que hacen del contenido algo más sencillo de ‘digerir’.

La publicidad corporativa es definida por Wilcox (2001) como aquella que se elabora y se vende de manera corriente. “Su objetivo no es vender de forma directa los productos o servicios de la empresa, sino mejorar la concepción que tiene el público sobre una empresa o defender la política de la empresa”. (p. 525).

Por su parte Pizzolante (2004) indica que la publicidad tiene como objetivo informar, educar y persuadir, pero al mismo tiempo “la fuerza de la publicidad reside en su garantía de frecuencia y alcance. Quien haya oído hablar a los publicistas sabe perfectamente que –además– ese alcance y esa frecuencia se puede medir en términos reales”. (p. 105).

Fernández (2002) considera que la publicidad institucional resulta favorable, pues se conjuga un cúmulo de mensajes orientados a formar una imagen positiva de la organización en el público.

En este sentido, hay innumerables formas de comunicación, lo que quiere decir que no hay lugar para que entre la sociedad y las organizaciones o empresas exista una desmovilización informativa, están dadas las condiciones para que ambos estén al tanto de las necesidades que con urgencia necesitan ser cumplidas antes que otras.

II.1.7 Terminología Básica

Para comprender de qué se trata la investigación es necesario conocer los términos y palabras claves que se repetirán constantemente en el proyecto, aunque algunos conceptos ya han sido definidos y explicado con más detalles en páginas anteriores:

- **ASODECO:** es una Asociación Civil sin fines de lucro, fundada el 12 de agosto de 1985. Desde ese momento se dedica a capacitar mediante talleres a jóvenes con discapacidad para integrarlos al campo laboral.

- **Asociaciones sin fines de lucro:** son aquellos entes constituidos por personas que tienen como principal misión el interés de obrar en torno a todas las actividades planteadas desde su concepción, y que no aporta algún beneficio económico entre los miembros de esa organización.

- **Inserción laboral:** esto significa que un grupo de profesionales ofrecen un acompañamiento a personas que están en situación de exclusión laboral y social, por diversos motivos, tales como discapacidad, minusvalía o algún impedimento psicológico, con el objetivo de incorporarse en el mercado laboral. Esta labor apuesta por la incorporación en el mercado de trabajo, pues considera que un trabajo permite a la persona acceder a la esfera económica de la sociedad.

- **Discapacidad:** significa que un ser humano se encuentra en desventaja en relación a sus pares, es decir, no posee las mismas habilidades y herramientas que tiene una persona en plenas facultades tanto físicas como mentales o motoras.

- **Estrategia comunicacional:** de acuerdo al Centro Interamericano para el Desarrollo del Conocimiento en la Formación Profesional de Uruguay, la conciben como un “conjunto de prácticas e instrumentos de intercambio comunicacional dirigidos a mostrar una realidad nueva (informar), cuestionar y revisar lo previo (generar opinión), modificar prácticas y actitudes (tomar decisiones)”.

II.2 La estrategia comunicacional

II.2.1 Análisis de la situación. Matriz FODA

En una organización es necesario evaluar en qué situación se encuentra, pues día a día se encuentra en un clima de constante cambio y competitividad. Dicha evaluación debe constar de un análisis tanto del ámbito interno como del externo. A esto podría definírsele como una administración del entorno.

En este sentido, hay que considerar que el verdadero propósito del análisis es comprender las características esenciales de la empresa, esto es, aquéllas que le permiten alcanzar sus objetivos plena y satisfactoriamente.

El análisis que deriva luego de evaluar los componentes que dan vida al ámbito interno (Fortalezas y Debilidades) permite dar lugar a mantener y desarrollar una ventaja competitiva, sin embargo, muchas veces resulta complejo determinar si una empresa se encuentra ante una debilidad o una fortaleza.

Por otra parte, por el mismo hecho de que pertenecen al ámbito interno de la empresa, son factores que se pueden controlar.

Estos factores están comprendidos en: administración del recurso humano, así como del económico, la calidad de los productos o servicios que ofrece la empresa u organización, la estructura interna y del mercado.

Para no confundir ambos términos, es necesario recurrir a un cuadro comparativo donde quedan expuestas cada una de las diferencias entre ambos términos.

<i>Fortalezas</i>	<i>Debilidades</i>
Son las distintas capacidades que posee la organización por naturaleza.	Son los elementos y actitudes de la empresa que impiden el funcionamiento y desarrollo de las fortalezas.
Las ventajas de igual naturaleza.	Hay que preguntarse qué se debe mejorar, y qué evitar.
Los recursos que son de fácil acceso.	Cuáles son los factores que inciden en la reducción del éxito.
La percepción que tiene la audiencia acerca de sus fortalezas.	Qué percibe la audiencia como una debilidad.

El análisis externo se encarga de evaluar y considera todos los factores que rodean el funcionamiento de la empresa y que deben ser tomados en cuenta al momento de tomar decisiones. Se trata de las Amenazas y Oportunidades.

El propósito de esta evaluación es tomar en cuenta las condiciones que favorecen o no a la empresa en cuanto a lo que la rodea, por lo tanto, los cambios suscitados deben ser controlados de modo que no tenga un impacto negativo, al mismo tiempo debe aprovecharse cada una de las oportunidades que ofrece el entorno. De esto depende la imagen que tiene la empresa u organización con respecto a sus más cercanas competidoras.

De igual modo, se recurre a un cuadro comparativo donde se puntualiza la diferencia entre una y otra.

<i>Amenazas</i>	<i>Oportunidades</i>
Son aquellas situaciones que atentan contra la organización.	Condicionan su desempeño de forma positiva.
Debe identificarse cada uno de los obstáculos que debe enfrentar.	Entender que cada una de las oportunidades no son estáticas ni definitivas.
Evaluar qué están haciendo los competidores.	Evaluar cuál es el desarrollo económico del país y su crecimiento.
Conocer cuáles son los problemas en cuanto a recursos de capital.	Aprovechar cada una de las potencialidades en cuanto a tecnología y otros sectores de la sociedad.

Una vez que la organización toma en cuenta cada uno de los aspectos antes explicados, ya está en la facultad de tomar decisiones con respecto a lo que tiene y a lo que la influye externamente.

Sin embargo, para conocer en profundidad en qué condiciones se encuentra la organización, es necesario hacer el cruce de ambos factores del ámbito interno y externo. Para ello se recurre a un cuadro demostrativo o llamada Matriz FODA, como la siguiente:

Externo	Oportunidades (+)	Amenazas (-)
Interno	Fortalezas (+)	Debilidades (-)
	Potencialidades	Riesgos
	Desafíos	Limitaciones

II.2.2 Fijación de los objetivos

Toda vez que se logra dar con la situación del problema de la empresa u organización, el siguiente paso es determinar los objetivos.

Ivancevich (1994) explica que este proceso consta en determinar los objetivos y metas, el cual consiste en ubicar o hallar los fines específicos que sean medibles y que deben ser planteados a corto plazo.

Los resultados que se obtenga de tales fines deben ser suficientes para alcanzar dichas metas, y que funcionen como una condición necesaria para cumplir con la finalidad última de la organización.

Por su parte Wilcox (2001) explica que “un objetivo suele definirse en función de los resultados del programa en lugar de las necesidades del mismo” (p. 157).

Básicamente consiste en preguntarse: ¿se ajustan realmente estos objetivos a la situación expuesta? ¿Son realistas? ¿Son medibles?

Potter (1999) define los objetivos como todo aquello que la organización busca alcanzar u obtener con su operación, y agrega que las características principales de los mismos son dos: “están predeterminados, y describen los resultados esperados a futuro, por lo que se establece el esfuerzo en el presente”. (p. 26).

Asimismo, Wilcox (2001) explica que existen dos tipos de objetivos: los informativos y los motivacionales.

El primero busca que su público esté consciente de un acontecimiento, situación o producto. Sin embargo, este tipo de objetivos enfrentan dificultades, tales como valorar si se ha alcanzado, puesto que el proceso de informar a un público no es cuantificable y tampoco abstracto. Para ello, se sugiere recurrir a encuestas o cuestionarios.

Mientras que el segundo tipo de objetivo son más fáciles de medir, puesto que sus resultados son medibles. El escenario ideal es que una estrategia de comunicación contenga estos dos tipos de objetivos.

II.2.3 Audiencias clave

Son aquellas que tienen alguna conexión, directa o indirectamente, con la organización, y que principalmente están conformadas por el público general, pero lo ideal es que sean públicos específicos y bien definidos.

En este sentido, la comunicación interna debe dirigirse al personal de la organización, entre ellos: los directivos, la gerencia media, los empleados y obreros; mientras que la comunicación externa va dirigida a: accionistas, proveedores, clientes, distribuidores, autoridades gubernamentales, medios de comunicación, entre otros, que a su vez comprende las relaciones públicas y la publicidad. (Fernández, p. 31-32).

Quienes trabajan para promocionar la organización se encargan de encontrar cuál es el perfil del público al cual ellos quieren dirigirse, les interesan factores como la edad, la clase social, el nivel de poder adquisitivo, sus intereses, motivaciones entre otros.

Los actores que se encargan de la comunicación interna son: los empleados, entre ellos los directivos, los técnicos, los mandos intermedios, los trabajadores de cuello blanco (que tienen a su cargo las tareas administrativas) y los de cuello azul (se encargan de la manipulación de la materia), los propietarios, los representantes de los trabajadores como los sindicatos y comités de empresa. (Lucas Marín, p. 189).

Quienes son los creadores y responsables de la comunicación externa, son las siguientes dependencias: el departamento de comunicaciones, los clientes, la comunidad local, el Gobierno central y el local, las instituciones educativas, los proveedores de bienes y servicios, los grupos financieros, los medios de comunicación social, las otras instituciones del entorno como la competencia. (Lucas Marín, p. 204).

II.2.4 Estrategia, tácticas y actividades. Mensajes claves

En un plan estratégico este es el punto donde más se focaliza la atención, porque de cada una de las estrategias, tácticas y actividades depende el éxito o no de los objetivos que se quieren lograr.

Pizzolante (2004) advierte que un buen plan de comunicación debe responder a siete preguntas básicas: la primera es por qué, consiste en ser realistas en cuanto a la visión que se quiere alcanzar, es decir, hay que tener clara la conceptualización del plan.

La segunda es quién, se pretende llegar al público adecuado, y se logra a través de una segmentación para que de ese modo sea garantizado el esfuerzo por comunicarse con la audiencia.

La tercera pregunta es dónde, esto se refiere al análisis del entorno y de la pertinencia de la matriz FODA, es una auditoría que se le realiza a la organización. Al respecto Pizzolante (2004) explica: “La auditoría, además de contener el estudio de audiencias, profundiza en la realidad que los medios de comunicación de la empresa e incluso en el tratamiento informativo que la prensa le da”. (p. 103).

El qué es la cuarta pregunta que la organización debe responder cuando va a ejecutar su plan de comunicación, y esto se refiere al temario o guía que contiene todos los mensajes de la empresa y que son de tipo trascendental.

Satisfacer el reto creativo al combinar las múltiples y variadas formas de hacer llegar el mensaje es la respuesta que se obtiene de preguntarse cómo se hará el plan.

Cuándo y cuánto cuesta son las dos últimas interrogantes, la primera tiene que ver con la pertinencia y la última con la disponibilidad económica con que cuenta la empresa u organización.

En ese sentido, las estrategias permiten describir cómo se quieren lograr los objetivos planteados, a través de “líneas directrices y temáticas para el programa global” (Wilcox, pág. 160).

No es limitativo el número de estrategias a aplicar, es por esto que es posible recurrir a una o varias, dependiendo de los objetivos y el público seleccionado.

Por su parte, las tácticas son aquellas acciones que se emprenden a partir de la fijación de las estrategias. En ellas se aplican distintas herramientas de comunicación, tales como el uso de internet y las nuevas tecnologías, las tácticas escritas, entre ellas: los comunicados de prensa, el boletín informativo, la revista

institucional, folletos, entre otros; las tácticas orales como la comunicación interpersonal, eventos, reuniones, y finalmente, las tácticas visuales. Es por esto que pueden existir tácticas específicas para estrategias específicas.

Mientras que las actividades son las distintas aplicaciones que se les dan a las tácticas empleadas, es decir, es la ejecución de lo que se planteó anteriormente (tácticas).

Los mensajes claves, según Wilcox (2001) significan “el componente estratégico de un plan (...) que debe expresar los mensajes y temáticas que se reiteran a lo largo de toda la campaña y en todos los materiales informativos”. (pág. 161).

Potter (1999) explica que lo primordial es establecer cuál es el mensaje más importante que la empresa desea compartir con su público, y esto depende del plan que la organización quiera ejecutar.

Esto sugiere que los mensajes más efectivos son aquellos simples, directos y sencillos de compartir con la audiencia.

El objetivo de estos mensajes es hacerle saber al público, tanto aquel que conforma su ámbito interno como el que conforma el externo, cuál es la posición en la que se encuentra la empresa o para comunicar alguna novedad o reforzar la idea de promoción.

Lo imprescindible es mantener el contacto con el público y no abandonarlo, puesto que si lo hace de manera eficiente tendrá su apoyo y reconocimiento.

Entre otras de las características que debería prescindir estos mensajes cuentan: exactitud absoluta, es decir, presentar mensajes de forma veraz y no engañosa; con lenguaje sencillo, con mayor brevedad posible, con claridad y precisión.

II.2.5 Cronograma de trabajo

Este cronograma debe estar en consonancia con el tiempo disponible de la organización, es decir, con el período en que labora, como por ejemplo el año escolar.

Wilcox (2001) explica que para establecer un plan estratégico deben prevalecer tres aspectos básicos:

- Definir cuándo debe realizarse la campaña o el plan.
- Determinar cada cuánto van a ser ejecutadas las actividades planificadas.
- Recopilación de las actividades que serán ejecutadas.

II.2.6 Presupuesto

Es el que debe contemplarse cuando se presenta un plan estratégico comunicacional, donde se explica cada uno de los gastos que se tienen que hacer para cumplir con los propósitos.

Este presupuesto debe ser inteligente y razonable, y que pueda cumplirse a futuro con los recursos disponibles de la empresa que contribuyan, finalmente, al éxito del plan estratégico y también al de la organización.

CAPÍTULO III. TRABAJANDO DESDE HACE 24 AÑOS

III.1 La Asociación

III.1.1 ¿Qué es ASODECO?

ASODECO es una asociación que está trabajando en Venezuela desde el 12 de agosto de 1985, la cual fue concebida bajo el concepto de Asociación Civil sin fines de lucro. Esta es pionera en la aplicación y desarrollo del Programa de Transición Laboral “Creando Independencia”, y consiste en una herramienta eficaz para la transición laboral de personas con discapacidad intelectual.

III.1.2 Historia

Cuando comenzó la década de los años 80, un grupo de adolescentes con discapacidad formaba parte de un programa que se estaba ejecutando en Institutos Educativos Asociados El Peñón. Allí se conjugaba el esfuerzo y el empeño por integrar a estos jóvenes al ámbito escolar. En sus aulas de clase recibían todo el apoyo necesario para lograr su efectivo aprendizaje y la integración de personas que se encontraban en sus mismas condiciones de discapacidad.

Así lograron trabajar hasta que después de cierto tiempo la educación y orientación que recibían estas personas especiales comenzaron a demandar otros espacios. Fue cuando quienes se desempeñaban dentro del Instituto se dieron cuenta de que se hacía necesario darle una continuidad complementaria que estuviese en consonancia con la formación que recibían para el trabajo y la vida diaria.

A partir de entonces cuatro familias decidieron unir esfuerzos por lograr una causa común y emprendieron lo que ellos mismos denominaron un proyecto de vida, el cual consistió en crear un espacio necesario para que sus hijos que padecían de una cierta discapacidad, desarrollaran sus habilidades socio-laborales y así lograsen insertarse de una manera efectiva a la sociedad a la que pertenecían.

Esta iniciativa fue emprendida por la Dra. María Isabel Vegas de Sosa, quien formaba parte de Institutos Educativos Asociados El Peñón. La unión de los esfuerzos por parte de los padres, así como también el apoyo de quienes creyeron en el potencial de un sueño fue que se creó la Asociación para el Desarrollo de Educación Especial Complementaria (ASODECO).

A esta idea, se le sumó el apoyo financiero otorgado por la Fundación Polar y también de un grupo de especialistas en el área de educación impulsados por Morelia Flores de Blanco, quien fue la creadora del Programa del cual hoy en día ASODECO es pionero: “Creando Independencia”.

Ya las condiciones estaban dadas para comenzar a trabajar con jóvenes y adultos que requerían de una pronta atención integral, que fuese capaz de insertarlos a la sociedad pero sobre todo al ámbito laboral.

Cuando se inició el proyecto en la Asociación, cuyas bases se sustentarían en la filosofía y estrategias del Programa “Creando Independencia”, los padres se dedicarían a fortalecer la misión, los profesionales se encargarían de mantener la vanguardia de las metodologías más efectivas en el área de educación especial; los voluntarios a procurar la obtención de recursos y la figura de Asociación Civil a facilitar la posibilidad de capitalizar un patrimonio que mantendría vigente el objetivo del proyecto.

El reto no consistió solamente en lograr comprometer al trabajo voluntario a cada uno de los que integraban la Asociación, sino que era necesario mantener en el tiempo el esfuerzo y las ganas de sacar adelante a los jóvenes y adultos, haciendo que cada vez más personas y talentos se uniesen a esta causa.

Es así como en agosto de 1985 finalmente se funda ASODECO, como Asociación Civil sin fines de lucro, bajo la dirección de Morelia Flores de Blanco, quien se encargó de ejecutar su novedoso Programa de Transición Laboral “Creando Independencia”, considerado como pionero y único en Venezuela, hasta ese entonces.

Todo el esfuerzo reunido no fue posible si no se anteponía la convicción de que los jóvenes con discapacidad serían capaces de absorber todo el aprendizaje adquirido, pues fundadores y voluntarios querían que ellos tuviesen la misma igualdad de oportunidades que tiene cualquier sujeto dentro de la sociedad.

Fue necesario entonces comprender que la discapacidad no era una condición en la que se le debía discriminar, puesto que debía dársele una visión dignificante, teniendo como meta alcanzar importantes cambios en la sociedad a través de la integración de los discapacitados al entorno laboral. Así fue como se le dio paso a la construcción y puesta en marcha de los espacios necesarios para el aprendizaje y la socialización.

En sus inicios, los talleres promovidos fueron los espacios dedicados exclusivamente para el desarrollo de las destrezas del grupo que inicialmente se conformó con la fundación de la Asociación, y que con el pasar del tiempo se fueron sumando cada vez más jóvenes dispuestos a recibir el apoyo de los voluntarios.

La expectativa crecía al transcurrir del tiempo, pues los resultados del Programa de Transición Laboral “Creando Independencia” no se hacían esperar. Fue entonces que en 1992 se realizó la primera integración socio-laboral de uno de los jóvenes de

ASODECO, la empresa en recibirlo fue Mc Donald's, de allí en adelante muchas han sido las compañías que han recibido a jóvenes con discapacidad, entre ellas: Hotel Gran Meliá, Arturo's, Faramatodo, Rena Ware, Hospital de Clínicas Caracas, Rolex, Valmy, Bigott, Cargill.

Hoy en día la trayectoria de esta Asociación ha aportado innumerables aprendizajes, no solo a aquellas instituciones que han brindado la requerida atención a jóvenes con necesidades especiales, sino también a empresas que han sido apoyo para ASODECO al recibir en su nómina de empleados a un porcentaje de los participantes con discapacidad.

Es así como se ha visto fortalecido el Programa de Transición Laboral, porque no sólo se logra que el joven o adulto logre, por sus propias capacidades, ingresar a una empresa, sino que los voluntarios y profesionales de la Asociación le hacen un seguimiento continuo para garantizar el éxito del discapacitado en su empleo.

Hasta la fecha ASODECO atiende a 130 personas, cuyas edades oscilan entre los 14 y 60 años de edad. La mitad de ellos ha sido integrada satisfactoriamente a la nómina de más de 20 empresas de la ciudad capital.

III.1.3 Misión

La misión es aquello que la organización se propone realizar durante su permanencia en el tiempo, es así como no todas las empresas tienen la misma misión. Esto también va ligado a los objetivos que se propone una organización.

La de ASODECO tiene como propósito fundamental, la búsqueda constante del mejoramiento de la calidad de vida de las personas con discapacidad, entre ellas jóvenes y adultos, a través de la integración laboral como medio de dignificación y crecimiento

del ser humano. Para alcanzar ese propósito la Asociación cuenta con la participación activa de la familia, así como del trabajo voluntario de quienes se interesan en la labor que realiza el equipo profesional, también cuenta con la comunidad y los profesionales altamente calificados para el diseño, implementación y evaluación de programas que garanticen una formación integral y una efectiva integración socio-laboral.

III.1.4 Objetivos de la Asociación

Tiene como principal propósito explorar y desarrollar, en cada uno de los participantes con discapacidad, sus potencialidades.

Propiciar espacios necesarios donde estén presente las actividades académicas, sociales, deportivas, culturales y recreativas que ayuden a estimular el desarrollo integral de cada uno de los jóvenes que hacen vida dentro de la Asociación.

Los profesionales de ASODECO, no dejan a un lado la orientación del equilibrio emocional y la autoestima de los jóvenes, por tratarse precisamente de un desarrollo integral.

Con el trabajo o labor que se realiza en la Asociación, se estimula la independencia de los jóvenes y adultos, para facilitar su adaptación en el proceso de integración a empresas que están dispuestas a recibirlo en su nómina laboral, dependiendo de las habilidades e intereses adquiridos durante la participación en el Programa de Transición Laboral.

Asesorar a las empresas en el proceso de integración y seguimiento socio-laboral de personas con discapacidad.

III.1.5 Características de la Asociación

ASODECO tiene como principal filosofía de trabajo la labor voluntaria que realiza cada uno de los profesionales que se encargan de insertar a la sociedad a cada uno de los participantes del Programa “Creando Independencia”, sin que ello represente la necesidad de cobrar por los servicios prestados.

Es así como esta Asociación se ha erigido gracias a la ayuda desinteresada que aportan tanto los padres y representantes así como las empresas que emplean a jóvenes y adultos con discapacidad que aprendieron a desarrollar sus habilidades en ASODECO.

En ese sentido, para lograr sus objetivos, la Asociación tiene dos principales funciones la asesoría para darle el lugar que les corresponde en la sociedad a los participantes.

El Programa “Creando Independencia”, desarrollado por ASODECO, ofrece una nueva visión de las personas con discapacidad: El Empleo con Apoyo. Nuestra experiencia y trayectoria de más de 20 años en Venezuela, nos permiten brindar asesoría y orientación sobre los procedimientos, las actividades y adecuaciones que deben ser consideradas y puestas en práctica para lograr una efectiva integración sociolaboral y el cumplimiento de la Ley para las Personas con Discapacidad. Dirigido a: Empresas, Padres, Profesionales y Estudiantes. Recuperado en diciembre 10, 2008, de <http://www.asodeco.org/asesorias.htm>.

Pero el trabajo en ASODECO no se centra sólo en los jóvenes que presentan cierta discapacidad, sino también a la formación de entrenadores laborales, quienes se encargan de lograr que los participantes logren una absoluta integración en su ámbito socio-laboral, tomando en cuenta que cada uno tiene necesidades especiales, y que no

sólo logren ingresar a una empresa sino que también se mantengan en sus puestos de trabajo.

En cuanto a la parte comunicacional, ASODECO, no cuenta con un departamento de comunicaciones que le facilite el contacto directo con su público externo, pero han mantenido durante mucho tiempo la difusión de un folleto que explica los logros de la institución, quienes trabajan dentro de ella, cuáles son las empresas con las que se han creado alianzas.

III.2 Situación venezolana

En Venezuela existen instituciones que se dedican al trabajo voluntario de capacitar a personas que se encuentran en situación de exclusión. Para hacer referencia a ellas sólo se mencionará a dos: el Instituto Venezolano para el Desarrollo Integral del Niño (INVEDIN), y la Asociación de Padres y Amigos de Niños Excepcionales (AVEPANE).

La primera de ellas, INVEDIN, es una asociación civil sin fines de lucros que fue fundada en 1974, donde ha atendido aproximadamente a 15 mil niños que viven una vida “especial” sin importar el nivel socioeconómico al cual pertenecen. Estos niños son albergados en ésta Asociación porque presentan un retardo en su desarrollo, una dificultad específica de aprendizaje, un trastorno del lenguaje o un problema de conducta.

Es así como esta asociación se apoya en sus recursos, tanto humanos como financieros, han logrado cumplir con su misión, la cual consiste en mejorar la calidad de vida de los infantes, los niños y los adolescentes, así como también a aquellos adultos que presenten riesgos o problemas en su desarrollo integral, para que puedan garantizarles una adecuada atención en cuanto a los servicios que prestan a través de un modelo ecológico de intervención.

Sin embargo, esta disposición de los recursos no es suficiente, porque la realidad social impone exigencias que una institución sin fines de lucro no puede costear, pues actualmente cuenta con tres tipos de centros: Centro de Evaluación y Tratamiento, Centro de Educación Especial, Centro de Investigaciones y Estudios de Postgrado de INVEDIN; es por ello que hace falta además de la buena voluntad y disposición de parte ellos y de terceros.

Los ingresos que obtienen por concepto de los servicios prestados tales como las becas, no son suficientes para lograr todo lo que quisieran, tampoco pueden mantener un programa de ayuda a familias de escasos recursos económicos.

Por todas las razones anteriormente expuestas, INVEDIN creó el programa “Corazones Blancos”, el cual consiste en aportar una considerable colaboración a través de varias opciones, de esa forma quien ayuda con este programa se convierte en padrino de los niños que serán beneficiados. Además es una forma de colaboración que garantiza la buena administración del desembolso que se desea hacer.

La otra institución que es modelo en nuestro país en cuanto a ayuda hacia los discapacitados, es AVEPANE. Fue creada el 1 de agosto de 1963, gracias a un grupo de padres y profesionales que se desempeñaban en diferentes disciplinas. Ellos sentían una inmensa preocupación porque ni el Estado ni la sociedad en general habían desarrollado formas creativas y científicas para enfrentar el problema del retardo mental.

Esta Asociación sin fines de lucro se dedica a “la prevención, diagnóstico, y educación de personas con retardo mental y al desarrollo del conocimiento en el mismo campo, incluyendo la formación de docentes a nivel universitario”.

Hasta los momentos AVEPANE ha logrado mantenerse en el tiempo durante más de cuatro décadas de constante dedicación a su trabajo. Asimismo, ha puesto todo su empeño en prestar un servicio a la sociedad para adoptar a personas con discapacidad de acuerdo a su edad y al rol social, así como también han puesto su empeño en lograr que sus beneficiados desempeñen actividades que requieren cierta destreza y habilidad.

También han trabajado para lograr la prevención, la cual es definida como una intervención a tiempo, progresiva y determinante del sistema bio-psico-social en el cual nacen y se desarrollan los miembros de una sociedad

CAPÍTULO IV. MARCO METODOLÓGICO

IV.1 Tipo de investigación

El proyecto tiene como alcance una investigación descriptiva porque lo que se pretende es examinar las características de un fenómeno que sucede en esta Asociación sin fines de lucro.

Es así como “en un estudio descriptivo se selecciona una serie de cuestiones y se mide o recolecta información sobre cada una de ellas para así (vágase la redundancia) describir lo que se investiga” (Sampieri, Tercera Edición).

Se trata de conocer el problema comunicacional que enfrenta la institución, conocer detalladamente cada una de sus características y recolectar la información necesaria para hallar la propuesta adecuada, por lo tanto la investigación es más de tipo cualitativa, pues no se pretende inferir algo o comprobar una hipótesis.

El diseño de la investigación será no experimental de tipo transversal o transeccional, porque el propósito es someter a detalles el fenómeno del cual es parte ASODECO y a su vez indicar las causas y consecuencias de la incidencia de este hecho en la sociedad.

IV.2 Operacionalización de las variables

Objetivo	VARIABLES	Instrumento
<p>Realizar un análisis integral de la institución tanto en su ámbito interno como en su vinculación con el entorno.</p>	<p>Audiencia</p>	<p><i>Encuesta y Entrevista</i></p> <p>La finalidad de la encuesta es conocer el perfil que conforma la audiencia de ASODECO. Mientras que la entrevista se encargará de recolectar datos acerca de otras instituciones que se encargan de la misma labor que ésta Asociación.</p>
	<p>Objetivos de la Estrategia</p>	<p><i>Entrevista a la Directora de la Asociación</i></p> <p>Constará de tópicos variados en los que se logrará conocer cuál es la percepción de la Asociación por parte de la Directiva para luego determinar las causas del problema y plantear</p>

		las posibles soluciones.
	Mensajes Claves	<p><i>Entrevista y Encuesta</i></p> <p>Los resultados de la encuesta determinarán qué quiere saber la audiencia, mientras que la entrevista se enfoca en qué quiere decir.</p>
	Canales apropiados	<p><i>Encuesta</i></p> <p>La audiencia define cuál es el canal idóneo para recibir la información que le es importante.</p>
	Periodicidad	<p><i>Encuesta</i></p> <p>Dependiendo del tipo de información y del canal más apropiado, se logrará establecer la frecuencia de circulación de la información requerida.</p>
	Distribución	<p><i>Encuesta</i></p> <p>(Idem)</p>

IV. 3 Fuente de datos

Es necesario recurrir a la Asociación para que pueda proporcionar los distintos recursos informativos que sean pertinentes para la investigación. Para ello, se recurrirá a las entrevistas que se les harán a la Directora, Nelly Goncalves, y a aquellos jefes de prensa que trabajan para distintas asociaciones que trabajan con grupos de jóvenes similares al de ASODECO.

A los familiares de los participantes de esta Asociación, es decir, padres y representantes, se les aplicará una encuesta para conocer su grado de compromiso y participación, así como para determinar cuál es su perfil.

IV.4 Población y muestra

Esta investigación se realizará solamente en el Distrito Capital, pues ASODECO se encuentra ubicada en esta región del país, sin embargo, el proyecto de investigación tendrá la capacidad de beneficiar a 130 jóvenes y sus respectivas familias que actualmente forman parte de la Asociación.

El tiempo necesario para el desarrollo del proyecto estará comprendido entre marzo del presente año hasta junio del mismo. Esta modalidad de trabajo se realizará en conjunto con un asesor institucional, quien servirá de apoyo y guía en todos los planes y requisitos necesarios para el abordaje de la problemática.

IV.5 Instrumentos de medición

De acuerdo con el tipo de investigación el instrumento de medición que más conviene realizar es la entrevista no estructurada de tipo informal que se caracterizan por ser una guía general con temas no específicos y donde el entrevistador tiene la capacidad de manejar cada una de las preguntas con mucha flexibilidad, se trata más bien de una “conversación” entre dos personas; y una encuesta o cuestionario, el cual consiste en presentar un conjunto de preguntas, abiertas o cerradas, que responder al tipo de variables a medir.

El propósito es obtener respuestas que los consultados darán con respecto al tema, y que además aporten su punto de vista hacia el fenómeno a estudiar.

Con estos resultados se diseñará la estrategia comunicacional adecuada a fin de brindarle a la Asociación una respuesta efectiva al problema antes mencionado.

IV.6 Validación del instrumento de medición

Para conocer la pertinencia del instrumento de medición, en este caso el cuestionario dirigido a los padres y representantes de los jóvenes en formación de ASODECO fue necesario recurrir a la validación.

Para ello se contó con la evaluación de la Licenciada Nelly Goncalves, quien es la directora de la Asociación, de la Licenciada Susana Prada, quien es profesora de Comunicación Social de la Universidad Católica Santa Rosa. Las planillas que fueron llenadas están disponibles en el Anexo C.

IV.7 Tratamiento cualitativo

El análisis de los datos obtenidos (entrevistas, notas descriptivas, bitácoras, diarios, entre otros), se realizará a través de un plan general, es decir, se tendrá que clasificar los contenidos de acuerdo a los principales temas o categorías que deberán ser establecidos con anterioridad.

Los procedimientos a realizar son: atribuirle un orden a los datos obtenidos a través de la categorización de los mismos, a su vez, se tendrá que organizar esas categorías jerárquicamente; comprender el contexto en que surgieron esos datos, describir las experiencias de las personas que formaron parte en la recolección de la información; interpretar y evaluar hechos, expresiones, situaciones y fenómenos; reconstruir historias y situaciones de modo que se logre buscar las soluciones al problema planteado inicialmente, en este caso, un problema comunicacional.

CAPÍTULO V. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

V.1 Análisis de las encuestas

A continuación se hace un análisis individual de cada una de las preguntas del cuestionario que se aplicó a los padres y representantes de los participantes en los programas de formación de ASODECO. La recolección de la información se realizó a lo largo del mes de junio de 2009, siendo la muestra total de 20 personas.

1.- ¿Desde hace cuánto tiempo mantiene vinculación directa con ASODECO?

a.- Un año

b.- Dos años

c.- Tres años

d.- Cuatro años o más

Opciones	Encuestados	%
A	5	25
B	2	10
C	4	20
D	9	45

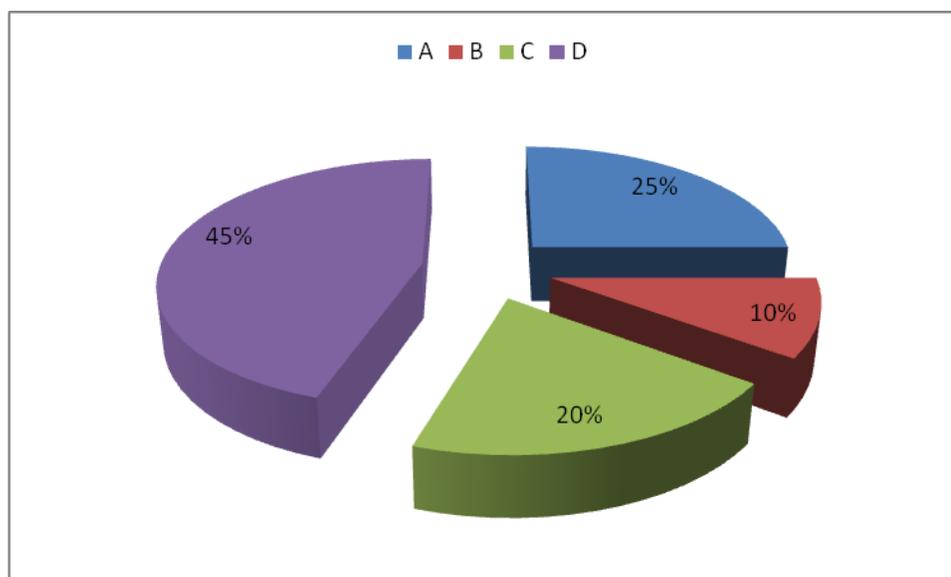


Gráfico 1. Años de vinculación con ASODECO

Debido a la larga trayectoria que tiene ASODECO en la formación de jóvenes con discapacidad, se pudo determinar que quienes confían en sus programas lo han hecho por más de tres años o más, específicamente nueve personas que contestaron la opción D, mientras que siete personas lo han hecho durante dos años o menos.

2.- ¿Cuánto tiempo le dedica a la semana a leer material informativo sobre discapacidad?

a.- Media hora

b.- Una hora

c.- Dos horas

Opciones	Encuestados	%
A	18	90
B	2	10
C	0	0

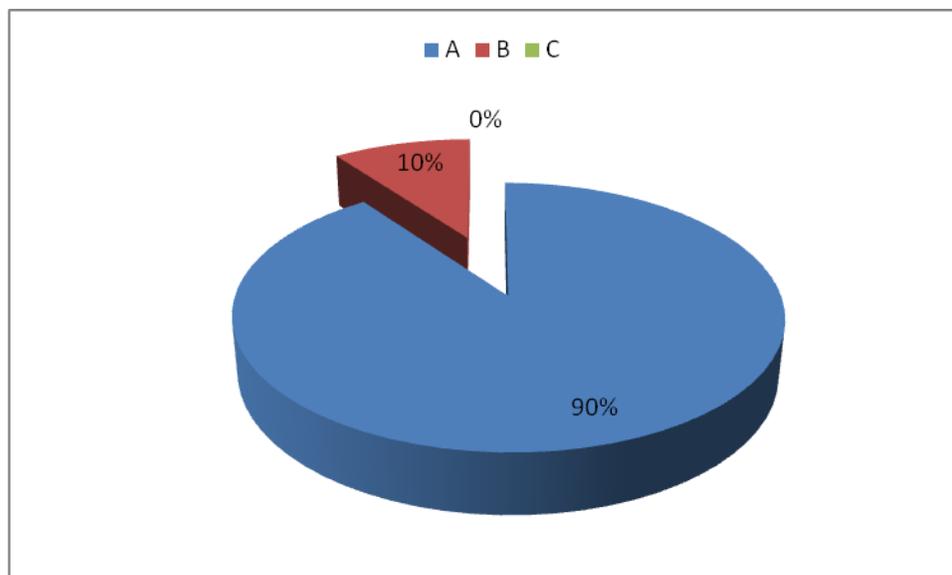


Gráfico 2. Lectura de material especializado

Parece un poco paradójico que teniendo vinculación con ASODECO, los padres y representantes no dediquen mucho tiempo a conocer material informativo acerca del tema de personas con discapacidad. El total de los encuestados sólo le dedicaría una hora o menos, ninguno dos horas.

3.- ¿En cuáles de las siguientes actividades organizadas por ASODECO, Ud. ha participado?

a.- Programa de Transición Laboral

b.- Voluntariado

c.- Restauración de infraestructura

d.- Asesoría

Opciones	Encuestados	%
A	3	23
B	7	54
C	1	8
D	2	15

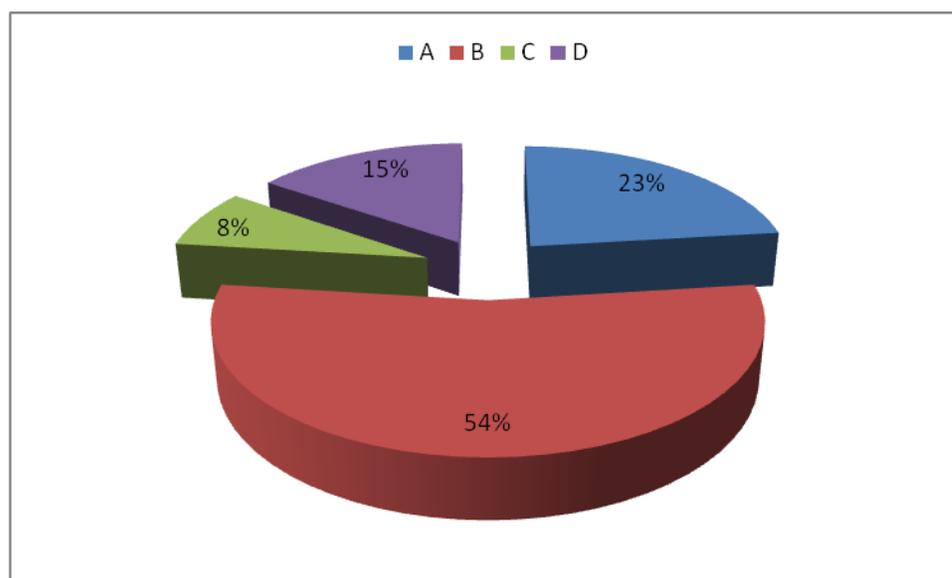


Gráfico 3. Participación de los padres y representantes

Siete de los encuestados manifestaron que han participado en el voluntariado que lleva adelante ASODECO. Mientras que tres personas son activas participantes del Programa de Transición Laboral. Paradójicamente, en las encuesta se pudo determinar que este mismo número de personas seleccionó opciones que no tienen nada que ver con las actividades organizadas por ASODECO.

4.- De los siguientes programas, ¿cuál vincula con ASODECO?

- | | |
|---------------------------------------|-----------------------------|
| a.- Campañas de recaudación de fondos | b.- “Creando Independencia” |
| c.- "Perfil del preparador laboral" | d.- “Corazones Blancos” |

Opciones	Encuestados	%
A	2	11
B	10	56
C	5	28
D	1	5

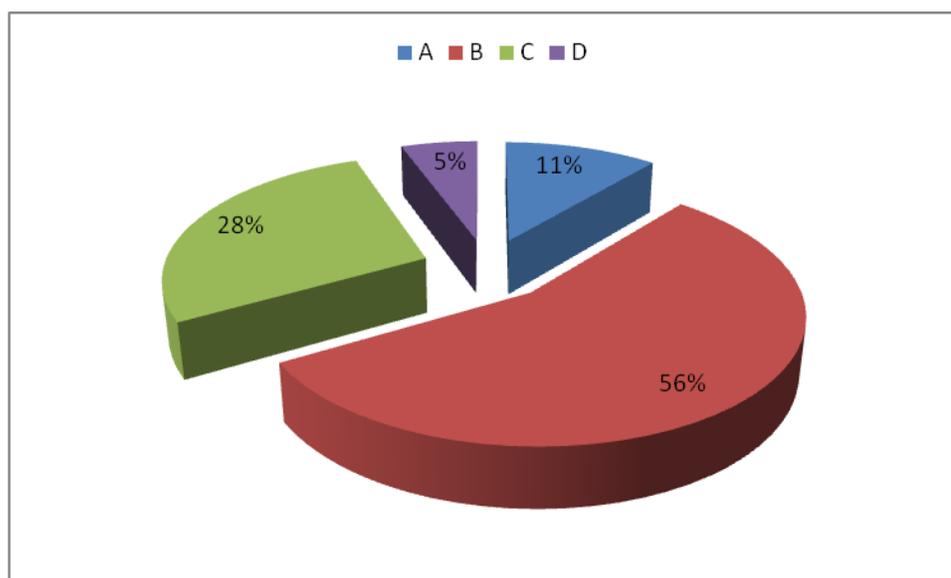


Gráfico 4. Sentido de pertenencia hacia la Asociación

La opción B fue respondida por 10 personas, lo cual significa que la mayoría de los encuestados conocen que este programa de formación pertenece a ASODECO. Sin embargo, existen ocho personas de las consultadas que no conocen el programa bandera de la institución o por lo menos no lo identifica con su nombre formal.

5.- ¿Cuál es el nombre de la directora de ASODECO?

- | | |
|-----------------------------------|---------------------|
| a.- Mónica Castro Russián | b.- Morelia Flores |
| c.- María Susana Padrón de Grasso | d.- Nelly Goncalves |

Opciones	Encuestados	%
A	0	0
B	0	0
C	1	5
D	19	95

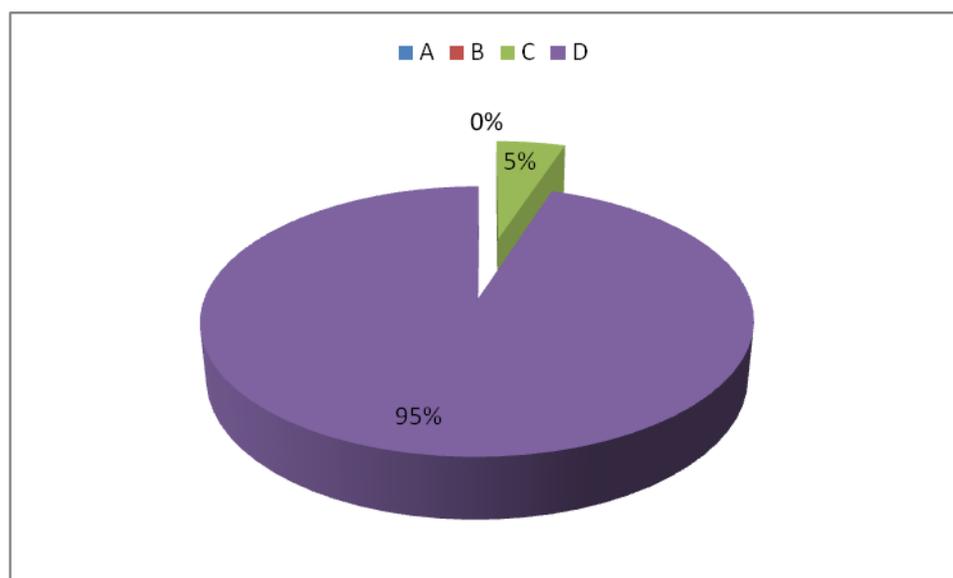


Gráfico 5. Reconocimiento de la directora de ASODECO

Es evidente que la mayoría de los encuestados conocen quién dirige ASODECO; sin embargo sólo el una persona respondió la opción correspondiente a la fundadora de la Asociación. Esto quiere decir que el contacto directo, cara a cara, con las figuras relevantes de la institución funciona como buen canal de comunicación.

6.- De las frases siguientes, ¿cuál relaciona con la misión de ASODECO?

a.- “...hemos visto la capacitación profesional como una piedra angular en este trabajo...”

b.- “...búsqueda constante del mejoramiento de la calidad de vida de las personas con discapacidad...”

c.- “Mejorar la calidad de vida y reivindicar los derechos de las personas con Discapacidad Intelectual...”

Opciones	Encuestados	%
A	0	0
B	11	55
C	9	45

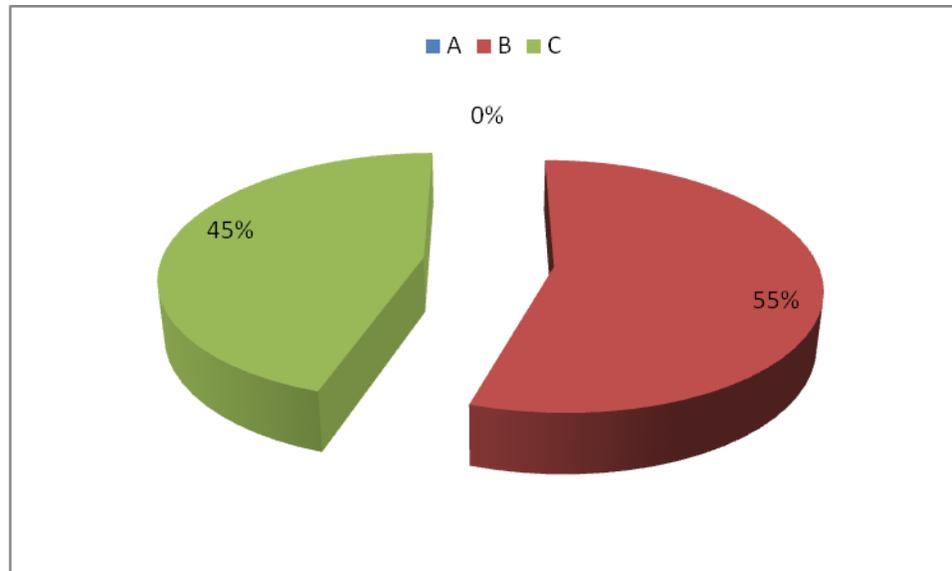


Gráfico 6. Reconocimiento de la misión

De las opciones presentadas, la B obtuvo el resultado más alto, pues once encuestados sí conocen cuál es la misión de ASODECO, o al menos una parte de ella,

mientras que nueve personas no la reconoce. Ello plantea la mejor difusión de los elementos de la identidad de la institución entre sus miembros.

7.- ¿Qué tipo de información le gustaría recibir por parte de ASODECO? (Puede seleccionar al menos tres)

- | | |
|---|---|
| a.- Programas de formación | b.- Convocatoria a actividades a realizar |
| c.- Reportajes sobre Salud | d.- Invitación a charlas informativas |
| e.- Alianzas con otras instituciones | f.- Jornadas de participación |
| g.- Talleres dictados por profesionales | h.- Torneos de juegos deportivos |
| i.- Otro _____ | |

Opciones	Encuestados
A	12
B	9
C	7
D	5
E	8
F	2
G	7
H	4
I	1

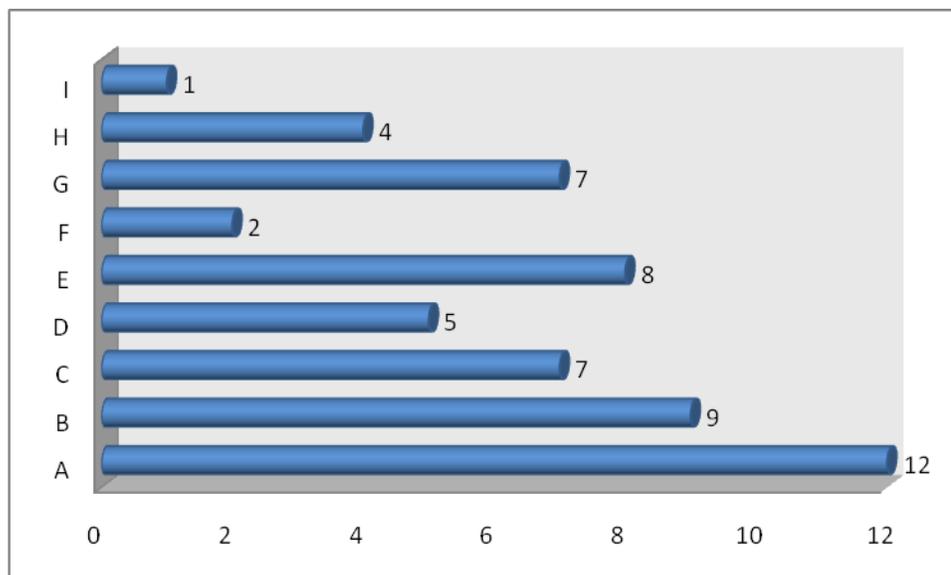


Gráfico 7. Formatos de presentación de la información

Los encuestados respondieron que les gustaría recibir información acerca de los Programas de formación, es decir, doce personas está interesadas en este tema, mientras que nueve están dispuestas a conocer las actividades que se vayan a realizar. En cada una de las respuestas seleccionadas por las personas se pudo determinar que hay una disposición a conocer la información que involucra a sus representados. Por su parte, una persona de las encuestadas propone una nueva actividad de las que estaban propuestas en la encuesta.

8.- Le gustaría recibir de ASODECO:

- | | |
|---------------------------------|-------------------------------------|
| a.- Tips informativos | b.- Artículos de opinión |
| c.- Reportajes de investigación | d.- Reseñas gráficas de actividades |
| e.- Crónicas | f.- Perfiles |

Opciones	Encuestados
A	8
B	3
C	4
D	12
E	2
F	2

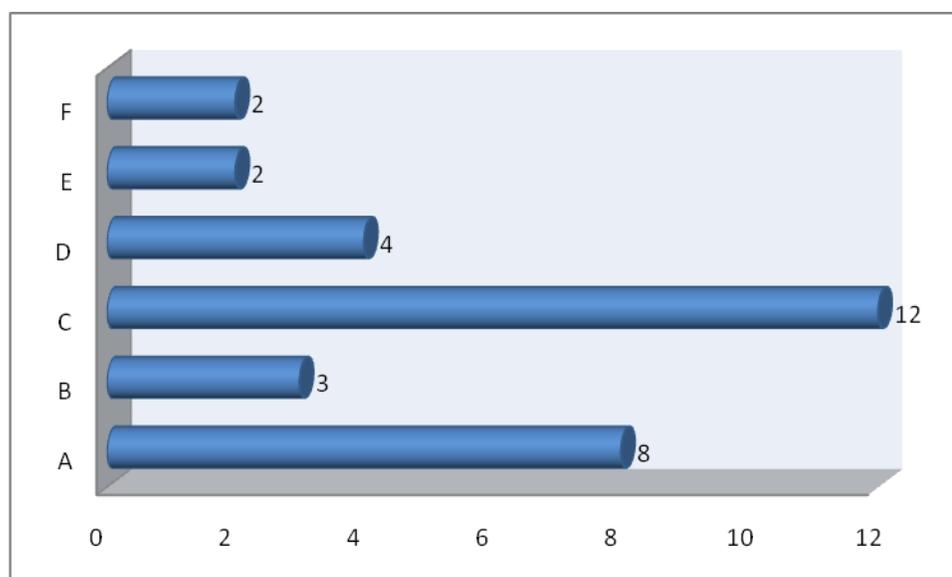


Gráfico 8. Preferencia de los géneros periodísticos

Aunque los encuestados debieron contestar solamente una sola opción, no fue así, pues estaban interesados en recibir información a través de los distintos formatos presentados en las opciones.

En ese sentido, la opción que más fue respondida (12 veces) fue la D, mientras que la opción A fue seleccionada ocho veces; la C cuatro veces; la B tres veces y las dos últimas las seleccionaron dos veces.

9.- ¿A través de cuál medio preferiría recibir esta información?

a.- Página Web

b.- Medio audiovisual

c.- Medios impresos

d.- Eventos

e.- Reuniones

Opciones	Encuestados	%
A	6	30
B	0	0
C	13	65
D	0	0
E	1	5

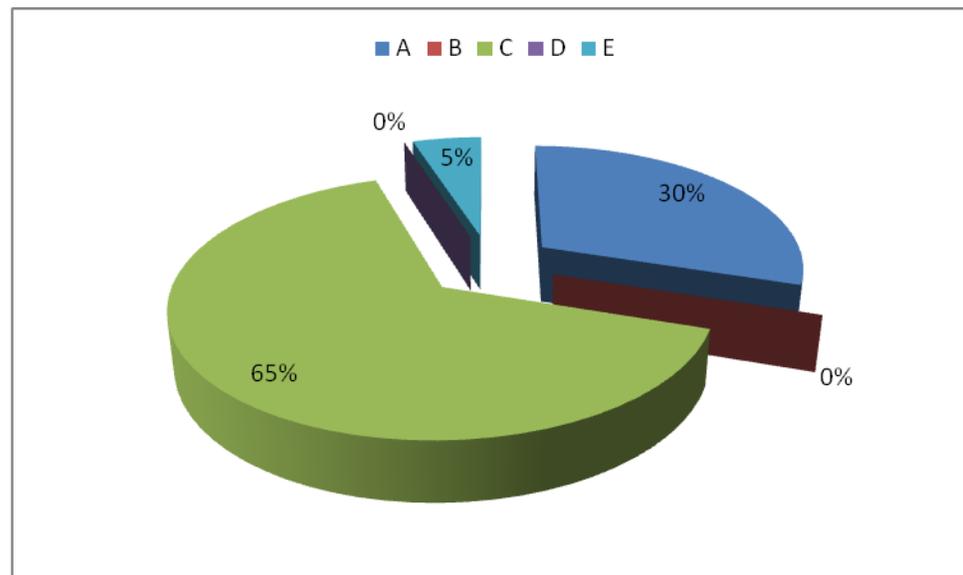


Gráfico 9. Preferencia de los medios de comunicación

Resulta evidente que la opción C fue la favorita para los encuestados, pues el 12 personas eligieron que a través de los medios impresos les gustaría recibir la información que marcaron en la pregunta anterior, mientras que la opción A obtuvo la

aprobación de seis encuestados, y la opción E sólo de solo una. Tanto los medios audiovisuales como los eventos no representaron algún interés en los encuestados, es decir, no consideraron que a través de estos medios fuese pertinente recibir información.

10.- En cuanto a medios impresos, ¿qué tipo de publicación preferiría?

a.- Tríptico

b.- Periódico

c.- Revista

d.- Folleto informativo

Opciones	Encuestados	%
A	4	23
B	1	6
C	1	6
D	11	65

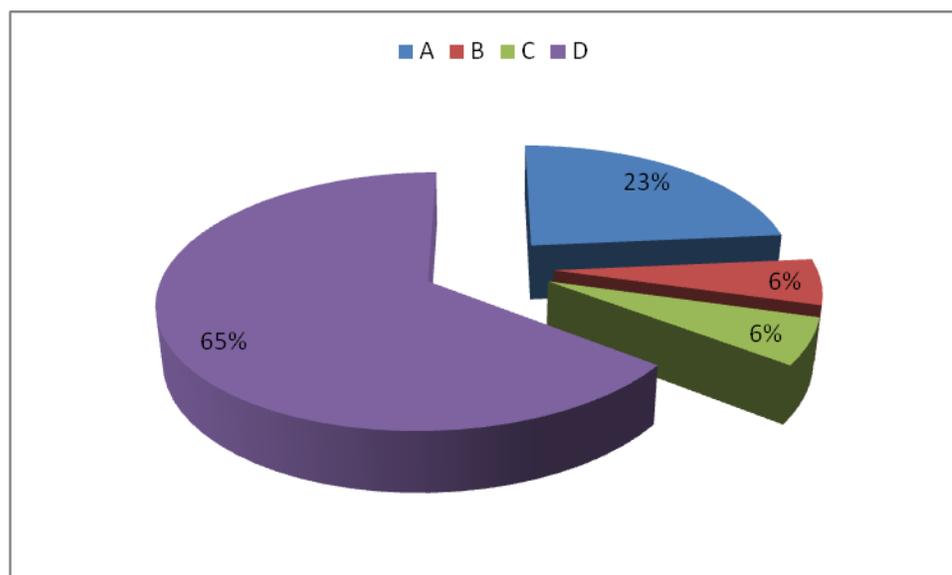


Gráfico 10. Tipo de publicación impresa

El tipo de publicación que resultó más atractiva para los encuestados fue el la opción D, pues 11 personas eligieron el folleto informativos, mientras que la opción A fue escogida por cuatro y la opción B y C por una solamente.

11.- ¿Habitualmente consulta la información publicada en las carteleras de ASODECO?

a.- Sí

b.- No

Opciones	Encuestados	%
A	6	32
B	13	68

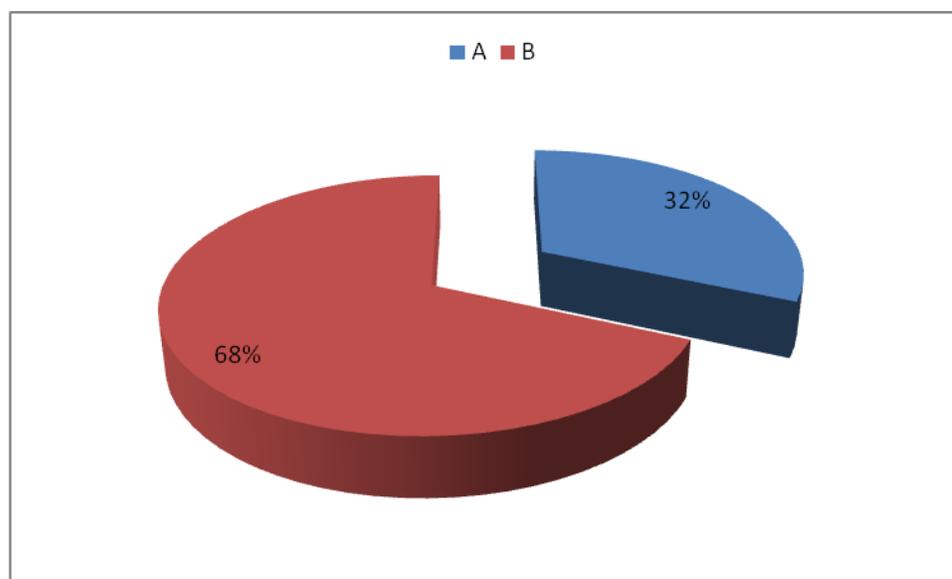


Gráfico 11. Consulta de la información publicada

Los padres y representantes que confían sus hijos a ASODECO no consulta la cartelera habitualmente, por diversas razones. Por su parte, seis personas sí dedican unos minutos a conocer la información dispuesta en la cartelera. Cabe decir que un encuestado no respondió esta pregunta.

12.- ¿Cuál de los siguientes formatos de medios audiovisuales le resultaría más apropiado para difundir información sobre ASODECO?

a.- Noticieros radiales

b.- Videos institucionales

c.- Apariciones en TV

d.- Micros radiales

Opciones	Encuestados	%
A	3	12
B	5	19
C	12	46
D	6	23

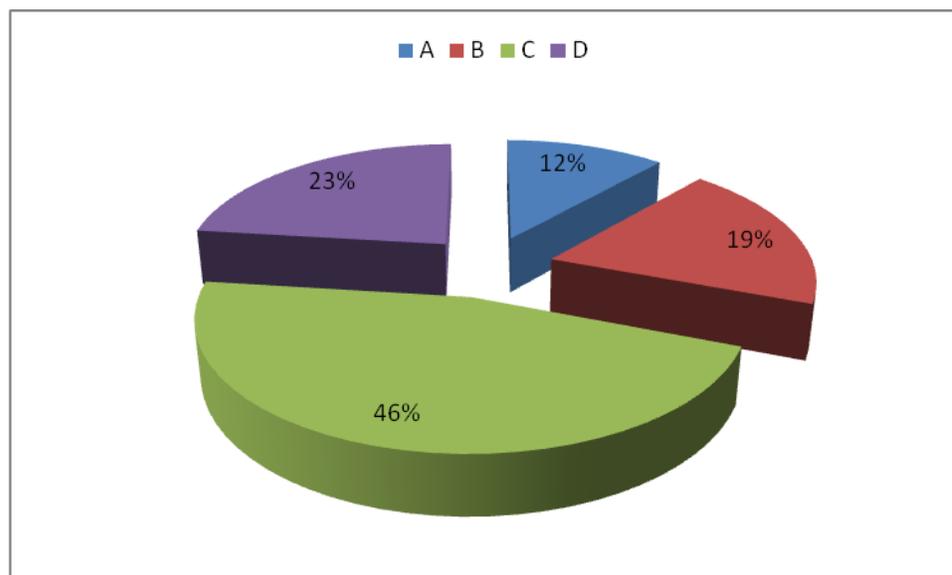


Gráfico 12. Preferencia de la información presentada en formatos audiovisuales

Los encuestados manifestaron que la opción más adecuada para difundir información institucional es la C, la cual está representada en 12 personas. Mientras que la opción D y B fueron respondidas por seis y cinco personas, respectivamente, y la opción A solo fue escogida por tres. Dos de los encuestados no respondieron a esta pregunta.

13.- ¿Con qué frecuencia le gustaría recibir información de ASODECO?

- a.- Mensual
 b.- Quincenal
 c.- Semanal
 d.- Diario
 e.- Nunca

Opciones	Encuestados	%
A	7	35
B	7	35
C	6	30
D	0	0
E	0	0

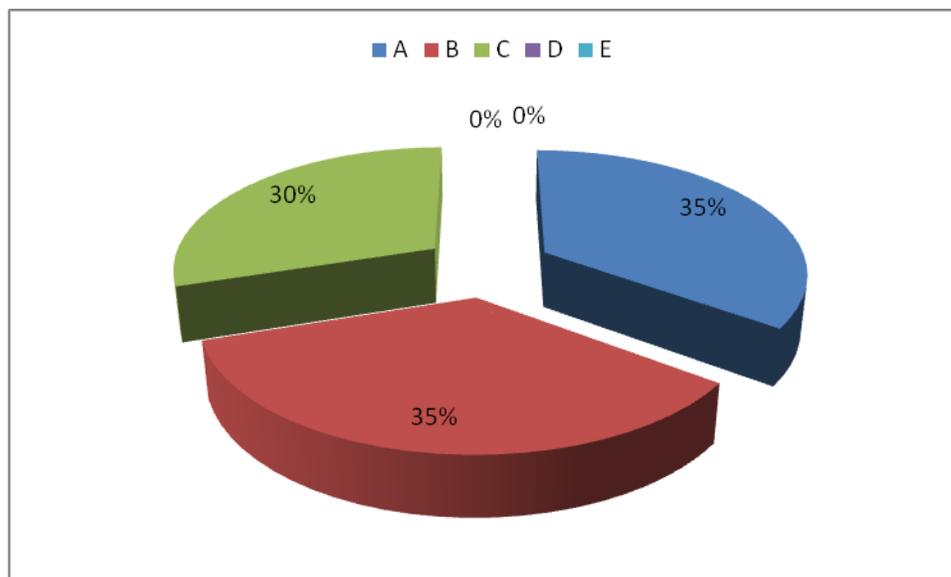


Gráfico 13. Periodicidad de la información

Tanto la opción A como la B resultaron obtener el mismo número de respuesta, es decir, siete personas coincidieron en que una publicación circule mensualmente o cada quince días, por lo tanto, los encuestados desean estar informados con cierta frecuencia acerca de lo que sucede dentro de ASODECO.

La opción C fue escogida por seis encuestados, mientras que las opciones D y E no fueron seleccionadas, quiere decir que los encuestados no desean desconocer qué ocurre dentro de la Asociación pero tampoco esperan recibir información a diario, a menos que se trate de alguna eventualidad relacionada con su familiar.

14.- ¿A cuál de los siguientes eventos le gustaría asistir?

- | | |
|--------------------------|-----------------------------|
| a.- Charlas informativas | b.- Foros |
| c.- Talleres | d.- Actividades recreativas |
| e.- Convivencias | f.- Otros |

Opciones	Encuestados	%
A	13	45
B	5	17
C	5	17
D	5	17
E	0	0
F	1	4

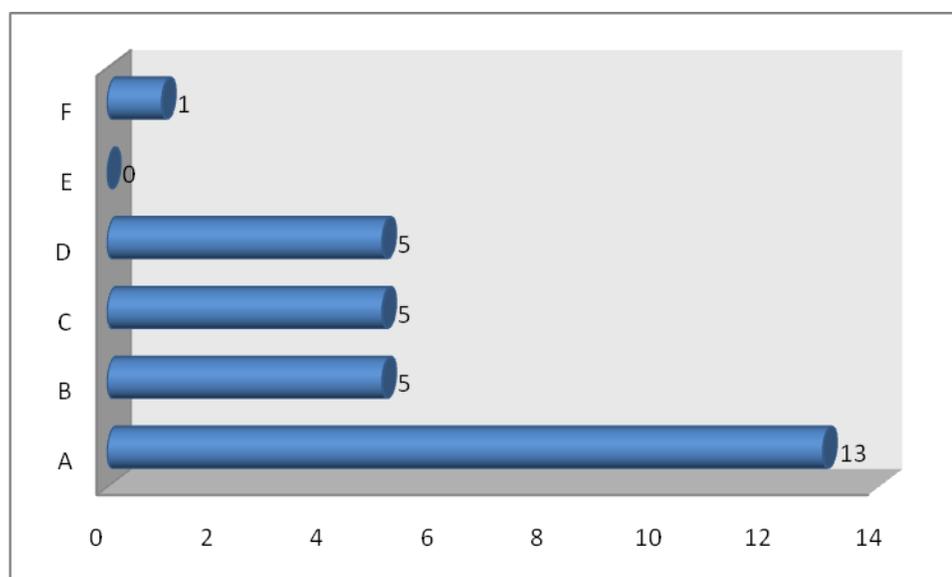


Gráfico 14. Asistencia a los distintos eventos

Las Charlas informativas (opción A) es el evento preferido por 13 de los encuestados, mientras que las opciones C y D fueron escogidas por cinco personas, y la opción F por una. En esta pregunta los encuestados también escogieron varias de las opciones presentadas.

Esto muestra la clara disposición de los padres y representantes a formar una mayor cohesión con quienes laboran en ASODECO, pero sin participar en actividades que estén relacionadas con las convivencias.

V.2 Análisis de la entrevista

Este análisis está fundamentado en el arqueo de los datos obtenidos en la entrevista a la Directora de ASODECO, Nelly Goncalves, y las variables propuestas en el Marco Metodológico del presente Trabajo de Grado.

ASODECO no tiene ningún tipo de discriminación en cuanto a su audiencia, es decir, siempre están abiertos a la posibilidad de transmitir sus mensajes a todo tipo de público, sin embargo, la prioridad es aquel que desee formar parte de esta asociación, bien sea como voluntario, profesional, o empresa interesada en emplear a los participantes.

El propósito de la estrategia consiste en llegar a la mayor cantidad de personas a través de los distintos canales de comunicación, es decir, promocionar a la asociación de una forma constante y dinámica.

Los mensajes claves concentrarán su atención en difundir todos los aspectos positivos de la asociación, esto servirá tanto para el público interno como externo, pero, la atención debe concentrarse en la audiencia externa para que conozcan lo que ocurre dentro de la organización.

Los canales que se deben utilizar para transmitir los mensajes tienen que ser aquellos que no impliquen una mayor disposición de tiempo, es decir, aquellos que logren capturar la atención pero que a la vez sean efectivos, tales como los medios audiovisuales, los radiales, las carteleras informativas, entre otros.

La periodicidad con que la audiencia debería recibir los mensajes dependerá del tipo de publicación, pero se debe tomar en cuenta que se busca ser efectivo en el envío de los mensajes y con un cierto grado de pertinencia.

En cuanto a la distribución, la directora de la asociación refiere que para asegurarse de que la información llegará de forma correcta a la audiencia, es preferible que haga de manera directa, a su vez, esta distribución dependerá del tipo de publicación y formato a utilizar.

Es así como finalmente se pudo conocer la situación en la que labora ASODECO en cuanto al tema comunicacional, y una de las principales carencias es la ausencia del departamento de comunicaciones, lo que obliga a los trabajadores de la institución a elaborar notas de prensa o comunicados con pocos recursos.

V.3 Análisis de la Matriz FODA

<p style="text-align: center;">Factores Externos</p> <p style="text-align: center;">Factores Internos</p>	<p><u>Oportunidades</u></p> <p>O1: Enlace con otras ONG´s y empresa privada. O2: Comunicación con personas que laboran en distintos medios de comunicación. O3: Forma parte de la directiva de FEVEDI lo que la hace ser reconocida por otras instituciones. O4: Captación de los jóvenes en empresas que cumplen con la Ley de discapacitados.</p>	<p><u>Amenazas</u></p> <p>A1: Su plan de acción se concentra sólo en Caracas. A2: Escaso apoyo gubernamental. A3: Pocos espacios informativos en los medios de comunicación A4: Poco conocimiento acerca del tema discapacidad. A5: Compromiso limitado por parte de empresas obligadas a emplear una persona con discapacidad.</p>
<p><u>Fortalezas</u></p> <p>F1: Lleva más de 20 años de labor en la comunidad F2: Cumple con un programa pionero de transición laboral. F3: Atiende a 130 jóvenes del área metropolitana. F4: Desarrollo constante de actividades de esparcimiento.</p>	<p><u>FO:</u></p> <p>FO1: Proyectar a otras instituciones su experiencia con el programa “Creando independencia”. (F2, O1) FO2: Promover la incorporación laboral de los jóvenes que participan en sus programas aprovechando la Ley para Personas con Discapacidad. (F3, O4) FO3: Promover ampliamente las actividades de esparcimiento que realiza la institución para captar la atención de otras ONG´s y de posibles patrocinantes privados. (F4, O3)</p>	<p><u>FA:</u></p> <p>FA1: Hacer enlaces con el Gobierno Nacional para obtener apoyo debido al tiempo de ejecución de los programas. (F1, A2) FA2: Aprovechar las actividades constantes de esparcimiento para involucrar a ciudadanos y empresarios con la institución. (F4, A4)</p>
<p><u>Debilidades</u></p> <p>D1: Espacio físico limitado. D2: Poco personal voluntario. D3: Escasos recursos económicos. D4: No cuentan con un departamento de comunicaciones. D5: Existe una sola sede.</p>	<p><u>DO:</u></p> <p>DO1: Mitigar los escasos recursos económicos a través del enlace con empresas e instituciones. (D3, O1) DO2: Utilizar el vínculo con periodistas para crear un departamento de comunicaciones. (D4, O2). DO3: Unir esfuerzos con otras ONG´s para captar más voluntarios. (D2, O1)</p>	<p><u>DA:</u></p> <p>DA1: Buscar el apoyo económico de las empresas públicas que se comprometan a emplear a discapacitados (D3, A5) DA2: Obtener apoyo gubernamental para incrementar el número de sedes en el país (D5, A2) DA3: Crear un departamento de comunicaciones con la finalidad de difundir mensajes para disminuir el poco conocimiento acerca de discapacidad (D4, A4)</p>

CAPÍTULO VI. ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

La elaboración de una estrategia de comunicaciones requiere de información relevante sobre la organización así como del entorno en donde se desenvuelve. Todas las fuentes de información que satisfagan esta necesidad son de gran ayuda para lograr precisar el curso exacto y los recursos necesarios para el logro de los objetivos.

Es por ello que, en el caso de ASODECO, se requirió del diseño de instrumentos que ayudaran a la recolección de la información necesaria para guiar el diseño de la estrategia. Es así como se elaboró un cuestionario dirigido a los directivos de la institución con la finalidad de conocer sus expectativas comunicacionales, un cuestionario para las audiencias externas y una matriz FODA que permitiría conocer elementos clave del entorno.

De la entrevista informal que se realizó a la directora de ASODECO, Licenciada Nelly Goncalves, se pudo conocer en qué situación se encontraba la organización, sus características, sus potencialidades y sus proyectos a futuro. Además se pudo profundizar en el conocimiento de la organización y la actividad que desarrolla en pro de un segmento importante de la población venezolana

Adicionalmente fue necesario utilizar la matriz de análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas), donde se explica cada uno de los factores que influyen en el desenvolvimiento de la organización, tanto en su ámbito de acción interno como externo, y se hace una propuesta de un conjunto de actividades que tienen como principal objetivo mitigar los aspectos negativos y fortalecer los positivos. Es por esto que la presente estrategia surge como una respuesta a la necesidad de abordar el problema comunicacional que se mantiene en ASODECO.

De la entrevista realizada a la directora de la Asociación se tomó como idea principal la disposición a trabajar conjuntamente con otras asociaciones, de crear vínculos con las universidades, y de incrementar su presencia en los medios de comunicación.

Para cumplir con esto ASODECO está creando alianzas con otras instituciones para ampliar su radar de acción, y lograr tener mayor reconocimiento en el público para que pueda obtener apoyo tanto económico como de voluntarios. Sin embargo, no es suficiente, ni se logra de un momento para otro.

En el cuestionario aplicado se valoró la disposición de los padres y representantes a involucrarse de manera más activa con ASODECO, pues se encontraron deficiencias en cuanto al manejo de la información por parte de los encuestados.

Asimismo, para el diseño de la estrategia fue necesario desarrollar las actividades planteadas en la Matriz FODA, es decir, aquellas que resultaron del cruce entre Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas, ella son:

1. FO3: Promover ampliamente las actividades de esparcimiento que realiza la institución para captar la atención de otras ONG's y de posibles patrocinantes privados.
2. FA2: Aprovechar las actividades constantes de esparcimiento, para involucrar a ciudadanos y empresarios con la institución.
3. DO3: Unir esfuerzos con otras ONG's para captar más voluntarios.

VI.1 Objetivos

Afianzar la imagen de ASODECO a través de una estrategia combinada de medios que le permita hacer llegar la información relevante sobre la institución a la par de crear vínculos sólidos con sus audiencias externas en el plazo de un año.

Esto se logra con la puesta a disposición de dinámicas comunicacionales permanentes que incorporan diferentes canales informativos, que esté actualizando todo tipo de información que provenga de la Asociación y que resulte de fácil acceso tanto para padres y representantes como para aquellos que desean colaborar de manera voluntaria.

Objetivos específicos:

- Promover los programas pioneros que ya están consolidados como parte de ASODECO.
- Enviar mensajes precisos sobre los programas y logros de ASODECO.
- Definir los canales adecuados que permitan mantener informada y motivada a la comunidad.
- Establecer los lapsos de tiempo adecuados para desarrollar el plan estratégico comunicacional.
- Lograr que el sector gubernamental se sienta comprometido con ASODECO y apoye los programas y a los beneficiados.

VI.2 Audiencias clave

ASODECO lleva más de 20 años trabajando para la comunidad, es por esto que ha adquirido un amplio reconocimiento por partes de otras instituciones y de aquellas empresas que asumieron el compromiso con esta Asociación.

Para poder enfocar una estrategia de comunicaciones se requiere definir y caracterizar a las audiencias clave de la organización. En este sentido se han logrado establecer las siguientes audiencias clave para ASODECO:

1. Padres y representantes que reciben algún tipo de beneficio bien sea directo o indirecto, el primero está dirigido a los familiares de los jóvenes de los programas de formación, y el segundo está dedicado a los padres de los participantes que ya forman parte de una nómina empresarial y requieren sólo de un seguimiento rutinario.
2. Padres y representantes de personas con problemas de discapacidad que requieran de una institución que les ayude a atender su necesidad.
3. Entes gubernamentales, es decir, aquellos que puedan fomentar la participación en sus actividades de ASODECO, como por ejemplo el Ministerio del Trabajo, el Ministerio de Educación.
4. Las universidades también deben ser consideradas audiencias claves porque estarían incentivando el trabajo de los estudiantes en ASODECO, es decir, conocer cuáles son las prioridades que requieren en cuanto a profesionales y así crear vínculos para mitigar dichas faltas.
5. Los medios de comunicación representan el papel de difusión de todo cuanto ocurra dentro de la Asociación, es decir, son los canales adecuados en que se apoyan para poder llegar a más personas.

6. Por otra parte, las asociaciones civiles que realizan labores similares a ASODECO son aliadas fundamentales en cuanto a las audiencias clave, pues es a través de la experiencia de éstas que se logra crear vínculos para unir esfuerzos y lograr el bienestar de la comunidad.

VI.3 Estrategia, tácticas y actividades

Para llevar a cabo la propuesta de la estrategia comunicacional fue necesario recurrir a un cuadro donde se explique cuáles serán las estrategias empleadas, a través de qué táctica y cuáles actividades serán pertinentes desarrollar.

Estrategias	Tácticas	Actividades
<p>Crear nuevos medios impresos, propios o controlados</p>	<p>Folletos informativos</p>	<p>10 ediciones. De carácter mensual. Tiraje: Quinientos (500) ejemplares. Contenido: información relacionada con la filosofía corporativa de la organización y su proyecto operativo. Este material será distribuido en la propia sede de la organización, así como también en aquellas organizaciones y empresas privadas con las que ASODECO ha creado alianzas.</p>

<p>Crear nuevos medios impresos, propios o controlados</p>	<p>Carteleras Externas</p>	<p>Una (1) cartelera ubicada en un espacio de libre acceso para todas las personas relacionadas con la institución. Localizar la información de manera que sea atractiva visualmente para los usuarios. Por ejemplo, el rincón del mejor participante, el mejor trabajo del mes, los reportajes, reseñas o noticias que hayan salido en los distintos medios impresos. Ésta deberá ser actualizada cada mes.</p>
<p>Intervenir en la publicación de información en medios masivos</p>	<p>Notas de prensa</p>	<p>Mantener una rutina de enviar una (1) nota de prensa cada dos meses a los principales medios de comunicación de la ciudad. Contenido: información institucional y los últimos avances de la</p>

<p>Intervenir en la publicación de información en medios masivos</p>	<p>Gestión de espacios en medios impresos</p>	<p>Asociación.</p> <p>Mantener comunicación con los Coordinadores de Prensa de los medios impresos de circulación nacional, con el propósito de que realicen trabajos especiales, entrevistas, reseñas a las personas, actividades y eventos que se realizan en ASODECO. Estos espacios deberán ser publicados, una vez cada dos meses.</p>
<p>Recurrir a los medios audiovisuales para llegar a un número amplio de personas interesadas en ASODECO</p>	<p>Micros audiovisuales informativos</p>	<p>Dos (2) micros institucionales en formato video de 30 segundos de duración cada uno. Periodicidad: uno (1) cada seis meses. Contenido: Historia y logros de la institución; actividad que desarrolla; programas que ofrece a la colectividad. Difusión: Pautas dentro</p>

<p>Recurrir a los medios audiovisuales para llegar a un número amplio de personas interesadas en ASODECO</p>	<p>Entrevistas a voceros de ASODECO</p>	<p>de la programación de los diferentes medios audiovisuales de los videos institucionales de ASODECO, en conformidad con el Capítulo IV, artículo 12, numeral 8, de la Ley de Responsabilidad en Radio y Televisión.</p> <p>Gestionar la realización de cuatro (4) entrevistas al mes, una por cada semana, a miembros de la comunidad de ASODECO, bien sean directivos, participantes de los programas de formación, padres, representantes, voluntarios y empresas beneficiadas y hacer una síntesis del trabajo que hasta ahora les ha causado satisfacción. Estas entrevistas se gestionarían en radio y televisión, en programas educativos y</p>
--	---	---

<p>Recurrir a los medios audiovisuales para llegar a un número amplio de personas interesadas en ASODECO</p>		<p>Asociación: “Creando independencia”.</p> <p>Esto con la finalidad de llamar la atención de los entes tanto gubernamentales como los de la empresa privada. Se puede apelar nuevamente a los espacios que ofrece la Ley Resorte.</p> <p>Todas estas tácticas pueden ser ejecutadas a través de un convenio con las universidades, para que los estudiantes al momento de cumplir la labor social puedan desarrollar los micros radiales o audiovisuales.</p>
<p>Mejorar el contacto directo con los padres, representantes de las empresas</p>	<p>Charlas informativas</p>	<p>Organizar, una (1) charla cada dos meses en la misma sede de ASODECO, con una duración de no más de una hora. Dirigida a los padres, voluntarios y</p>

		<p>intercambio de ideas y surjan propuestas para el beneficio de los jóvenes participantes. Esta actividad deberá desarrollarse bajo la misma logística que la de los Foros.</p>
<p>Reforzar el contenido que se encuentra disponible en la página web de ASODECO</p>	<p>Página web</p>	<p>Colgar en el portal web un hipervínculo de un formato donde se especifique las actividades en las que desean colaborar las universidades, empresas, asociaciones civiles.</p> <p>Crear una blog donde los participantes puedan discutir sobre diversos temas a través de foros de intercambio.</p> <p>El contenido deberá ser actualizado cada mes.</p>

VI.4 Mensajes claves

La estrategia planteada, junto a las tácticas y actividades, requiere de la difusión de mensajes con contenido preciso para cada una de sus audiencias claves, donde se les proporcione información acerca de aquello que ASODECO desea que conozcan.

En ese sentido, los mensajes claves para cada una de las audiencias serán los siguientes:

1. ASODECO requiere que los padres y representantes de las personas a las que atiende estén totalmente identificados con las políticas y actividades que desarrolla permanentemente, es decir, que se cree un sentido de pertenencia más arraigado de modo que sientan el compromiso de participar en los eventos organizados.
2. Para aquellos padres y representantes de personas con problemas de discapacidad que aun no forman parte de la Asociación, es necesario que conozcan cuáles han sido los logros obtenidos a través de la experiencia acumulada en más de 20 años, a través de la misma voz de su directiva, voluntarios y participantes. Y ADEMÁS LOS SERVICIOS QUE OFRECE
3. Debe presentarle a los entes gubernamentales proyectos y programas, como “Creando Independencia”, para que las entidades públicas se motiven a participar y prestar toda la atención y ayuda necesaria, debería verse como una relación de mutua ayuda donde ASODECO funciona como una entidad que ayuda a mitigar los problemas de las personas con discapacidad y donde el Estado sea el principal patrocinantes de las acciones que emprende la Asociación.
4. La línea de mensajes que se les hará llegar a las universidades consistirá en motivar a los estudiantes a participar en ASODECO, a través del trabajo social para dar respuesta al cumplimiento de la Ley de Servicio Comunitario,

dándoles a conocer las actividades que antes se realizaron, y también como voluntarios en los programas que ofrece la institución.

5. Entre ASODECO y las ONG's y Asociaciones civiles, debe existir un eje de mensajes que estén orientados hacia el complemento de las funciones entre ambas, es decir, que cada una de ellas unan esfuerzos con el propósito de lograr el bienestar de aquellos que demandan atención de su parte.
6. ASODECO busca que los medios de comunicación se fijen en el trabajo que ésta realiza, para que puedan promoverse espacios para la difusión de actividades, logros y proyectos que ejecutarán en el futuro.

VI.6 Presupuesto

Muchos autores, entre ellos Wilcox (2001) y Pizzolante (2004), refieren que detrás de un plan estratégico de comunicación siempre debe estar contemplado el presupuesto que permitirá cubrir los costos que genera su aplicación.

Sin embargo, en esta oportunidad no podrá ejecutarse un plan de gastos estimado pues en la estrategia de comunicación se emplearon distintos medios de comunicación, y no es posible medir en qué cantidad será distribuida la inversión.

Este tipo de cálculos deben considerarse bajo el concepto de que ASODECO cuenta con pocos recursos a pesar de ser una institución privada, pero perennemente están en la búsqueda de cómo costear cada una de las actividades que desean realizar.

CAPÍTULO VII. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

VII. 1 Conclusiones

ASODECO es una institución que lleva más de 20 años en Venezuela y, por lo tanto, ha logrado conquistar espacios, como organización sin fines de lucro, en los ámbitos más significativos del país, entre ellos la empresa privada y la comunidad.

En ese sentido, uno de los principales motivos que mueven a esta institución es el trabajo que realizan de manera conjunta para obtener resultados satisfactorios como es la confianza de más de 130 padres y representantes de los participantes y de las empresas que se han convertido en empleadoras.

Uno de los propósitos que se plantearon al iniciar este Trabajo de Grado es brindarle a ASODECO un espacio en un medio de comunicación, por ejemplo un periódico de reconocida importancia y de circulación nacional, para que obtuviesen más promoción.

Sin embargo, al avanzar en la investigación se pudo comprobar que esta Asociación no necesita de un solo medio de comunicación para darse a conocer entre más personas, sino que era necesario recurrir a varios canales informativos.

Es así como se planteó una estrategia de comunicación que abordara el problema, es decir, brindarle a ASODECO espacios pertinentes para su promoción mediante el uso de los distintos canales de comunicación.

Fue necesario entonces conocer en qué estado se encontraba ASODECO en cuanto a su política comunicacional ya que desde un principio se evidenció que la organización no contaba con un departamento de comunicaciones.

Una vez que se conoció en detalle la situación, tanto interna como externa de ASODECO, se buscó la manera de conocer cuáles eran las demandas del público externo, es decir, qué hacía falta en la Asociación para que hubiese más integración por parte de los padres y representantes, medios de comunicación, universidades, asociaciones civiles, familias que no forman parte de los programas de formación, voluntarios, entre otros.

Para conocer cuál era el pensar y sentir de esta audiencia, se aplicó una encuesta a 20 personas, de un universo de 130. Los resultados estuvieron orientados a que ésta audiencia está interesada en conocer las actividades que promueve ASODECO, pero a través de distintos canales de comunicación, como por ejemplo: folletos informativos, charlas, página web, y todos aquellos que estén enfocados en aquellos programas que faciliten el desenvolvimiento de personas con discapacidad.

Esta información difundida no debería ocuparles no más de una hora de atención, puesto que la disposición a conocer el material no es muy favorable, es decir, desean estar involucrados con el tema de discapacidad pero no dedicarle mucho tiempo.

Para mejorar la presencia en los medios de comunicación y diseñar la estrategia de comunicación, fue necesario contactar a la directora de ASODECO, Nelly Goncalves, para conocer las características de la Asociación.

En ella se planteó como objetivo principal apuntalar la imagen de ASODECO a través de una estrategia comunicacional combinada de medios que permitiera llegar la información relevante y a la vez crear vínculos sólidos con sus audiencias externas en el lapso de un año.

Una vez que se conoció el entorno, tanto interno como externo, se logró diseñó la Matriz de Análisis FODA, donde el propósito fue trabajar en cumplir tres actividades principales: promover las actividades de esparcimiento que realiza la institución para captar la atención de otras ONG's y de posibles patrocinantes privados; aprovechar las actividades constantes de esparcimiento, para involucrar a ciudadanos y empresarios con la institución, y finalmente, reunir los esfuerzos obtenidos con otras ONG's para captar más voluntarios.

En ese sentido, el propósito fue lograr tener presencia en todos los medios de comunicación, tanto de las instituciones públicas y privadas, a través de la creación de alianzas interinstitucionales como intergubernamentales.

El paso siguiente fue definir las audiencias claves. Se determinaron seis grandes bloques conformados por la comunidad, las empresas públicas y privadas, los padres y representantes de los participantes, los entes gubernamentales, como por ejemplo alcaldías y gobernaciones, las universidades públicas y privadas, los medios de comunicación y las asociaciones civiles.

En las estrategias, tácticas y actividades, así como los mensajes claves se trató de que cada de una de las acciones propuestas respondiera a cada uno de los problemas que se encontraron dentro de la institución.

En la estrategia planteada, las actividades deberían tener un tiempo estimado para ser ejecutadas, es decir, se realizó en un diagrama de Gantt la distribución del lapso de duración de las acciones a emprender.

La estrategia comunicacional, según los autores reseñados en el marco teórico, debería contemplar un presupuesto que estime el gasto que se realizará al ejecutar las actividades. En el caso de esta investigación no se tomó en cuenta los gastos posibles, puesto que se trata de una propuesta.

Después de conocer el proceso que se tiene que cumplir para diseñar una estrategia comunicacional, es importante destacar que cada institución, bien sea pública o privada, debe contar con un plan estratégico, pues esto le asegura que su organización estará presente en los medios de comunicación de forma constante y dinámica, para que se vayan sumando más capital humano y no abandonar los ideales planteados en su misión.

VII. 2 Recomendaciones

- Este trabajo especial de grado plantea una estrategia comunicacional para ASODECO, aporta una serie de planteamientos, actividades, tácticas que pudieran ser empleadas. Es por esto que se recomienda darle continuidad a la investigación, llevando la teoría a la práctica, para así conocer cuáles fueron los resultados obtenidos y si fue valioso plantear las distintas herramientas de promoción.

- Una de las carencias que ha predominado en la Asociación es la falta de un periodista que coordine con el resto de los medios de comunicación masivos la difusión de mensajes institucionales hacia el público externo. En ese sentido, se plantea crear un departamento de comunicaciones con la finalidad de enfocar las líneas de acción hacia la difusión pertinente y veraz sobre información de ASODECO.

En caso de que no se pueda crear el departamento porque la infraestructura no lo permite, la institución puede contratar los servicios de una empresa de comunicación, con la finalidad de disminuir tal carencia.

- Coordinar con la directiva, ejecutivos, o gerentes, las acciones que impliquen la participación de los voluntarios o trabajadores, pues en contadas ocasiones pueden dedicar tiempo para ofrecer entrevistas o cualquier otro tipo de ayuda que el estudiante requiera.

- Utilizar los canales de comunicación adecuados para ejecutar las actividades propuestas con el propósito de captar la atención de patrocinantes, Gobierno regional y local, así como también aquellas familias que desean formar parte de ASODECO.

- En las estrategias que se quieran plantear no debe desestimarse el uso de todos los medios de comunicación, es decir, buscar la manera de abarcar todos los espectros de los canales informativos.

- Como última recomendación se sugiere que la organización aproveche los distintos programas sociales que el Gobierno nacional ha puesto en marcha para que se generen vínculos estratégicos, y de ese modo demostrar que tanto el sector privado como el público sí pueden generar grandes cambios en la sociedad a partir de la cooperación y de alianzas.

BIBLIOGRAFÍA

Fuentes bibliográficas:

Chaveniato, I. 2004. *Comportamiento Organizacional. La dinámica del éxito en las organizaciones*. México, D.F. International Thomson Editores.

Fernández, C. (2002). *La comunicación en las organizaciones*. (2da. Ed.). México: trillas.

Ivancevich, J. (1994). *Las Organizaciones : comportamiento, estructura, procesos*. Buenos Aires, Argentina. (7ma. Ed.) Addison-Wesley Iberoamericana.

Lucas Marín-Barcelona, A. (1997). *La comunicación en la empresa y las organizaciones*. Barcelona, España: Bosch Casa Editorial.

Martín Martín, F. (1997). *Comunicación en empresas e instituciones. De la consultora a la dirección de comunicación*. (2da. Edición). Ediciones Universidad Salamanca.

Pizzolante N., H. (2004). *El poder de la comunicación estratégica*. Bogotá, Colombia: Línea Comunicación, Medios y Cultura. Pontifica Universidad Javeriana.

Potter, L. (1999). *The communication plan: The Herat of strategic communications*. New York, Usa. International Association of Bussines Communicators.

Sampieri, R., y Fernández Collado, C. *Metodología de la investigación*. McGraw-Hill.

Wilcox, D. (2001). *Relaciones públicas: estrategias y tácticas*. Madrid, España.

Fuentes electrónicas:

Guzman, I. Organización, conceptos y elementos. Recuperado en enero 20, 2009 de http://www.elprisma.com/apuntes/administracion_de_empresas/organizacion/

Sotillo. A. Definición de organización. Recuperado en enero 20, 2009 de <http://www.promonegocios.net/empresa/definicion-organizacion.html>

<http://www.asodeco.org>

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

<http://www.slideshare.net/mafecot/caracteristicas-de-la-organizacion>

<http://www.webmediaven.com/avepane/>

Tesis y trabajos académicos utilizados como referencia:

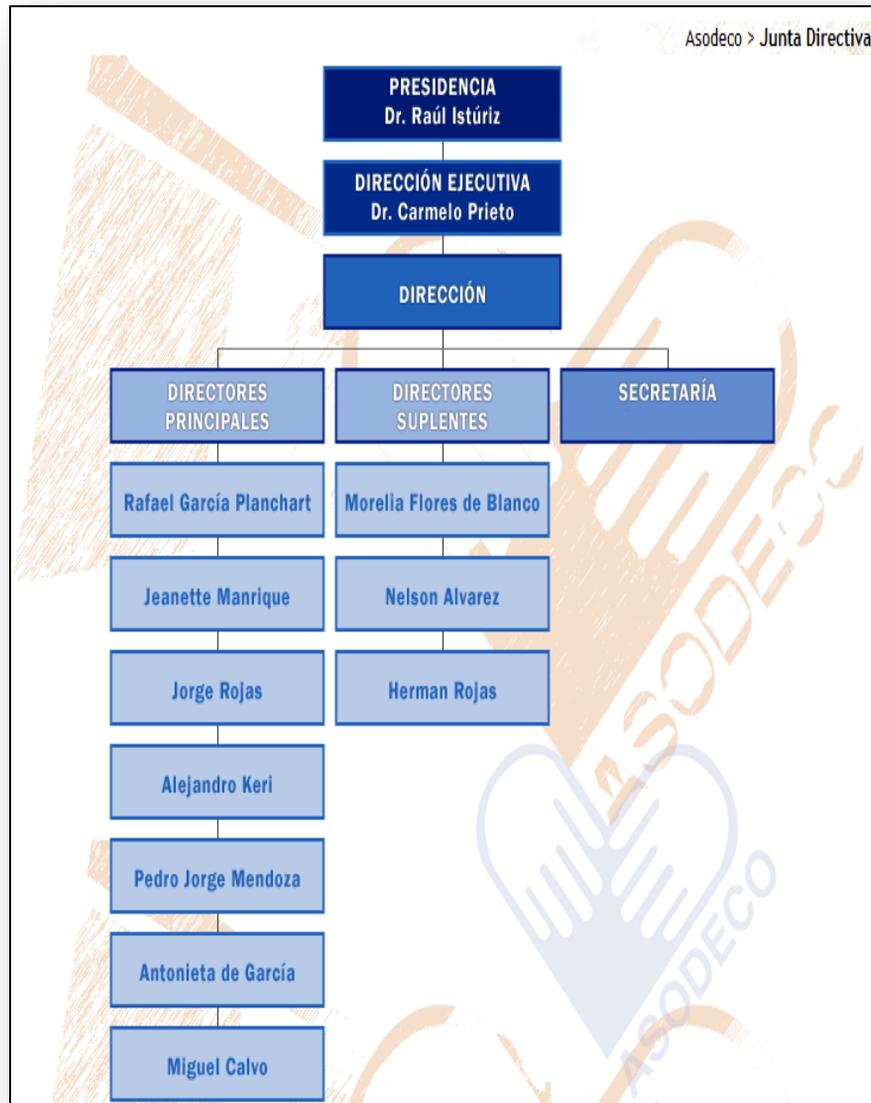
Colmenares, J. y Villalta, Y. 2001. *Diseño de un plan estratégico comunicacional para alianza social*. Tesis de grado. Lic. Comunicación Social. Mención Publicidad y Relaciones Públicas. Universidad Católica Andrés Bello. Caracas, Venezuela.

Figueiredo F., María y Lonarte M., Cinthya. 2002. *Diseño de estrategias de comunicaciones para una Ong. Caso: Centro de Salud Santa Inés*. Tesis de grado. Lic. Comunicación Social. Mención Periodismo Impreso. Universidad Católica Andrés Bello. Caracas, Venezuela.

Guaderrama, M. Planificación y Diseño de una publicación. H. CONICIT.

- Llovera Mayz, R. 2000. *Manual para la comunicación institucional: normas para los procesos comunicativos en las organizaciones*. Trabajo de Ascenso (Profesor agregado). Universidad Católica Andrés Bello. Caracas, Venezuela
- Mayol Marco, D. (1983). *Teoría y práctica del periodismo institucional en Venezuela*. Tesis de grado (Lic. Comunicación Social. Mención Prensa). Universidad Católica Andrés Bello. Caracas, Venezuela.
- Montecinos, A. (1999). Tutor: Ramón Chávez. "*Plan de comunicación estratégico para una fundación sin fines de lucro exitosa. Caso: FUNDESTIL*". Tesis de grado (Lic. Comunicación Social. Mención Publicidad y Relaciones Públicas). Universidad Católica Andrés Bello. Caracas, Venezuela.
- Seir Preschel, K. (2001). Tutor: Carlos de Armas. "*Diseño de una publicación institucional como herramienta de promoción para organizaciones no lucrativas: caso Fe y Alegría*". Tesis de grado (Lic. Comunicación Social. Mención Periodismo Impreso). Universidad Católica Andrés Bello. Caracas, Venezuela.
- Villamedina, J. (2006). Tutor: Tulia Monsalve. "*Diseño de una estrategia comunicacional para una fundación cultural: caso Ears*". Tesis de grado (Lic. Comunicación Social. Mención Comunicación Publicitaria). Universidad Católica Andrés Bello. Caracas, Venezuela.

Anexo A: Organigrama de ASODECO



Anexo B

CUESTIONARIO

- El siguiente cuestionario es un instrumento de recolección de datos, busca recabar información precisa con fines netamente académicos. La información recabada será de carácter confidencial y para uso exclusivo del investigador.
- Por favor lea atentamente cada pregunta antes de responderla.
- Encierre en un círculo la opción de su preferencia.
- En las preguntas donde tenga que explicar, razonar y especificar por favor exprese sus ideas en oraciones breves.
- Se le agradece realizar el cuestionario de forma individual.

1.- ¿Desde hace cuánto tiempo mantiene vinculación directa con ASODECO?

- | | |
|---------------|-----------------------|
| a.- Un año | b.- Dos años |
| c.- Tres años | d.- Cuatro años o más |

2.- ¿Cuánto tiempo le dedica a la semana a leer material informativo sobre discapacidad?

- | | |
|----------------|--------------|
| a.- Media hora | b.- Una hora |
| c.- Dos horas | |

3.- ¿En cuáles de las siguientes actividades organizadas por ASODECO, Ud. ha participado?

- | | |
|-------------------------------------|------------------|
| a.- Programa de Transición Laboral | b.- Voluntariado |
| c.- Restauración de infraestructura | d.- Asesoría |

4.- De los siguientes programas, ¿cuál vincula con ASODECO?

- | | |
|---------------------------------------|-----------------------------|
| a.- Campañas de recaudación de fondos | b.- “Creando Independencia” |
| c.- “Perfil del preparador laboral” | d.- “Corazones Blancos” |

5.- ¿Cuál es el nombre de la directora de ASODECO?

- | | |
|-----------------------------------|---------------------|
| a.- Mónica Castro Russián | b.- Morelia Flores |
| c.- María Susana Padrón de Grasso | d.- Nelly Goncalves |

6.- De las frases siguientes, ¿cuál relaciona con la misión de ASODECO?

- “...hemos visto la capacitación profesional como una piedra angular en este trabajo...”
- “...búsqueda constante del mejoramiento de la calidad de vida de las personas con discapacidad...”
- “Mejorar la calidad de vida y reivindicar los derechos de las personas con Discapacidad Intelectual...”

7.- ¿Qué tipo de información le gustaría recibir por parte de ASODECO? (Puede seleccionar al menos tres)

- | | |
|----------------------------|---|
| a.- Programas de formación | b.- Convocatoria a actividades a realizar |
| c.- Reportajes sobre Salud | d.- Invitación a charlas informativas |

- e.- Alianzas con otras instituciones
- f.- Jornadas de participación
- g.- Talleres dictados por profesionales
- h.- Torneos de juegos deportivos
- i.- Otro _____

8.- Le gustaría recibir de ASODECO:

- a.- Tips informativos
- b.- Artículos de opinión
- c.- Reportajes de investigación
- d.- Reseñas gráficas de actividades
- e.- Crónicas
- f.- Perfiles

9.- ¿A través de cuál medio preferiría recibir esta información?

- a.- Página Web
- b.- Medio audiovisual
- c.- Medios impresos
- d.- Eventos
- e.- Reuniones

10.- En cuanto a medios impresos, ¿qué tipo de publicación preferiría?

- a.- Tríptico
- b.- Periódico
- c.- Revista
- d.- Folleto informativo

11.- ¿Habitualmente consulta la información publicada en las carteleras de ASODECO?

- a.- Sí
 - b.- No
- ¿Por qué? _____

12.- ¿Cuál de los siguientes formatos de medios audiovisuales le resultaría más apropiado para difundir información sobre ASODECO?

- a.- Noticieros radiales
- b.- Videos institucionales
- c.- Apariciones en TV
- d.- Micros radiales

13.- ¿Con qué frecuencia le gustaría recibir información de ASODECO?

- a.- Mensual
- b.- Quincenal
- c.- Semanal
- d.- Diario
- e.- Nunca

14.- ¿A cuál de los siguientes eventos le gustaría asistir?

- a.- Charlas informativas
- b.- Foros
- c.- Talleres
- d.- Actividades recreativas
- e.- Convivencias
- f.- Otros _____

Anexo C

INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN PARA ESPECIALISTAS

DATOS PERSONALES

Nombre y apellido: Nelly Goncalves Profesión: Lic. en Educación Especial

Empresa: ASODECO Fecha: 02/06/09

EVALUACIÓN

1- ¿Le parece apropiado el instrumento evaluado?

Si x No _____

2- ¿Qué opina del lenguaje empleado?

Es concreto, claro y es de clara comprensión para los padres y representantes de Asodeco

3- ¿Sobra alguna referencia o pregunta?

No

4- En su criterio, hace falta alguna otra pregunta?

El instrumento está completo

CUESTIONARIO

- El siguiente cuestionario es un instrumento de recolección de datos, busca recabar información precisa con fines netamente académicos. La información recabada será de carácter confidencial y para uso exclusivo del investigador.
- Por favor lea atentamente cada pregunta antes de responderla.
- Encierre en un círculo la opción de su preferencia.
- En las preguntas donde tenga que explicar, razonar y especificar por favor exprese sus ideas en oraciones breves.
- Se le agradece realizar el cuestionario de forma individual.

1.- ¿Desde hace cuánto tiempo mantiene vinculación directa con ASODECO?

- a.- Un año
b. Dos años
c.- Tres años
d.- Cuatro años o más

2.- ¿Cuánto tiempo le dedica a la semana a leer material informativo sobre discapacidad?

- a. Media hora
b.- Una hora
c.- Dos horas

3.- ¿En cuáles de las siguientes actividades organizadas por ASODECO, Ud. ha participado?

- a.- Programa de Transición Laboral
b.- Voluntariado
c.- Restauración de infraestructura
d.- Asesoría

4.- De los siguientes programas, ¿cuál vincula con ASODECO?

- a.- Campañas de recaudación de fondos
b. "Creando Independencia"
c.- "Perfil del preparador laboral"
d.- "Corazones Blancos"

5.- ¿Cuál es el nombre de la directora de ASODECO?

- a.- Mónica Castro Russián
b.- Morelia Flores
c.- María Susana Padrón de Grasso
d. Nelly Goncalves

6.- De las frases siguientes, ¿cuál relaciona con la misión de ASODECO?

- a. "...hemos visto la capacitación profesional como una piedra angular en este trabajo..."
b. "...búsqueda constante del mejoramiento de la calidad de vida de las personas con discapacidad..."
c. "Mejorar la calidad de vida y reivindicar los derechos de las personas con Discapacidad Intelectual..."

7.- ¿Qué tipo de información le gustaría recibir por parte de ASODECO? (Puede seleccionar al menos tres)

- a. Programas de formación
b. Convocatoria a actividades a realizar
c.- Reportajes sobre Salud
d.- Invitación a charlas informativas
e.- Alianzas con otras instituciones
f.- Jornadas de participación
g. Talleres dictados por profesionales
h.- Toreos de juegos deportivos
i.- Otro _____

8.- Le gustaría recibir de ASODECO:

- a.- Tips informativos
- c.- Reportajes de investigación
- e.- Crónicas
- b.- Artículos de opinión
- d.- Reseñas gráficas de actividades
- f.- Perfiles

9.- ¿A través de cuál medio preferiría recibir esta información?

- a.- Página Web
- c.- Medios impresos
- e.- Reuniones
- b.- Medio audiovisual
- d.- Eventos

10.- En cuanto a medios impresos, ¿qué tipo de publicación preferiría?

- a.- Tríptico
- c.- Revista
- b.- Periódico
- d.- Folleto informativo

11.- ¿Habitualmente consulta la información publicada en las carteleras de ASODECO?

- a.- Sí
 - b.- No
- ¿Por qué? _____

12.- ¿Cuál de los siguientes formatos de medios audiovisuales le resultaría más apropiado para difundir información sobre ASODECO?

- a.- Noticieros radiales
- c.- Apariciones en TV
- b.- Videos institucionales
- d.- Micros radiales

13.- ¿Con qué frecuencia le gustaría recibir información de ASODECO?

- a.- Mensual
- c.- Semanal
- e.- Nunca
- b.- Quincenal
- d.- Diario

14.- A cuál de los siguientes eventos le gustaría asistir?

- a.- Charlas informativas
- c.- Talleres
- e.- Convivencias
- b.- Foros
- d.- Actividades recreativas
- f.- Otros _____

CUESTIONARIO

- El siguiente cuestionario es un instrumento de recolección de datos, busca recabar información precisa con fines netamente académicos. La información recabada será de carácter confidencial y para uso exclusivo del investigador.
- Por favor lea atentamente cada pregunta antes de responderla.
- Encierre en un círculo la opción de su preferencia.
- En las preguntas donde tenga que explicar, razonar y especificar por favor exprese sus ideas en oraciones breves.
- Se le agradece realizar el cuestionario de forma individual.

1.- ¿Desde hace cuánto tiempo mantiene vinculación directa con ASODECO?

- a.- Un año
b.- Dos años
c.- Tres años
 d.- Cuatro años o más

2.- ¿Cuánto tiempo le dedica a la semana a leer material informativo sobre discapacidad?

- a.- Media hora
b.- Una hora
c.- Dos horas

3.- ¿En cuáles de las siguientes actividades organizadas por ASODECO, Ud. ha participado?

- a.- Programa de Transición Laboral
b.- Voluntariado
c.- Restauración de infraestructura
d.- Asesoría

4.- De los siguientes programas, ¿cuál vincula con ASODECO?

- a.- Campañas de recaudación de fondos
b.- "Creando Independencia"
c.- "Perfil del preparador laboral"
d.- "Corazones Blancos"

5.- ¿Cuál es el nombre de la directora de ASODECO?

- a.- Mónica Castro Russián
b.- Morelia Flores
c.- María Susana Padrón de Grasso
 d.- Nelly Goncalves

6.- De las frases siguientes, ¿cuál relaciona con la misión de ASODECO?

- a. "...hemos visto la capacitación profesional como una piedra angular en este trabajo..."
 b. "...búsqueda constante del mejoramiento de la calidad de vida de las personas con discapacidad..."
c. "Mejorar la calidad de vida y reivindicar los derechos de las personas con Discapacidad Intelectual..."

7.- ¿Qué tipo de información le gustaría recibir por parte de ASODECO? (Puede seleccionar al menos tres)

- a.- Programas de formación
b.- Convocatoria a actividades a realizar
 c.- Reportajes sobre Salud
d.- Invitación a charlas informativas
e.- Alianzas con otras instituciones
f.- Jornadas de participación
g.- Talleres dictados por profesionales
h.- Tareas de juegos deportivos
i.- Otro _____

8.- Le gustaría recibir de ASODECO:

- a.- Tips informativos
- b.- Artículos de opinión
- c.- Reportajes de investigación
- d.- Reseñas gráficas de actividades
- e.- Crónicas
- f.- Perfiles

9.- ¿A través de cuál medio preferiría recibir esta información?

- a.- Página Web
- b.- Medio audiovisual
- c.- Medios impresos
- d.- Eventos
- e.- Reuniones

10.- En cuanto a medios impresos, ¿qué tipo de publicación preferiría?

- a.- Tríptico
- b.- Periódico
- c.- Revista
- d.- Folleto informativo

11.- ¿Habitualmente consulta la información publicada en las carteleras de ASODECO?

- a.- Sí
 - b.- No
- ¿Por qué? Para estar informada de lo que pasa en ASODECO

12.- ¿Cuál de los siguientes formatos de medios audiovisuales le resultaría más apropiado para difundir información sobre ASODECO?

- a.- Noticieros radiales
- b.- Videos institucionales
- c.- Apariciones en TV
- d.- Micros radiales

13.- ¿Con qué frecuencia le gustaría recibir información de ASODECO?

- a.- Mensual
- b.- Quincenal
- c.- Semanal
- d.- Diario
- e.- Nunca

14.- A cuál de los siguientes eventos le gustaría asistir?

- a.- Charlas informativas
- b.- Foros
- c.- Talleres
- d.- Actividades recreativas
- e.- Convivencias
- f.- Otros _____

CUESTIONARIO

- El siguiente cuestionario es un instrumento de recolección de datos, busca recabar información precisa con fines netamente académicos. La información recabada será de carácter confidencial y para uso exclusivo del investigador.
- Por favor lea atentamente cada pregunta antes de responderla.
- Encierre en un círculo la opción de su preferencia.
- En las preguntas donde tenga que explicar, razonar y especificar por favor exprese sus ideas en oraciones breves.
- Se le agradece realizar el cuestionario de forma individual.

1.- ¿Desde hace cuánto tiempo mantiene vinculación directa con ASODECO?

- a.- Un año
b.- Dos años
c.- Tres años ✓
d.- Cuatro años o más

2.- ¿Cuánto tiempo le dedica a la semana a leer material informativo sobre discapacidad?

- a.- Media hora ✓
b.- Una hora
c.- Dos horas

3.- ¿En cuáles de las siguientes actividades organizadas por ASODECO, Ud. ha participado?

- a.- Programa de Transición Laboral
b.- Voluntariado ✓
c.- Restauración de infraestructura
d.- Asesoría

4.- De los siguientes programas, ¿cuál vincula con ASODECO?

- a.- Campañas de recaudación de fondos
b.- "Creando Independencia"
c.- "Perfil del preparador laboral" ✓
d.- "Corazones Blancos"

5.- ¿Cuál es el nombre de la directora de ASODECO?

- a.- Mónica Castro Russián
b.- Morelia Flores
c.- María Susana Padrón de Grasso
d.- Nelly Goncalves ✓

6.- De las frases siguientes, ¿cuál relaciona con la misión de ASODECO?

- a. "...hemos visto la capacitación profesional como una piedra angular en este trabajo..."
b. "...búsqueda constante del mejoramiento de la calidad de vida de las personas con discapacidad..." ✓
c. "Mejorar la calidad de vida y reivindicar los derechos de las personas con Discapacidad Intelectual..."

7.- ¿Qué tipo de información le gustaría recibir por parte de ASODECO? (Puede seleccionar al menos tres)

- a.- Programas de formación ✓
b.- Convocatoria a actividades a realizar ✓
c.- Reportajes sobre Salud
d.- Invitación a charlas informativas
e.- Alianzas con otras instituciones ✓
f.- Jornadas de participación
g.- Talleres dictados por profesionales
h.- Toreos de juegos deportivos
i.- Otro _____

8.- Le gustaría recibir de ASODECO:

- a.- Tips informativos
- b.- Artículos de opinión
- c.- Reportajes de investigación
- d.- Reseñas gráficas de actividades
- e.- Crónicas
- f.- Perfiles

9.- ¿A través de cuál medio preferiría recibir esta información?

- a.- Página Web
- b.- Medio audiovisual
- c.- Medios impresos
- d.- Eventos
- e.- Reuniones

10.- En cuanto a medios impresos, ¿qué tipo de publicación preferiría?

- a.- Tríptico
- b.- Periódico
- c.- Revista
- d.- Folleto informativo

11.- ¿Habitualmente consulta la información publicada en las carteleras de ASODECO?

- a.- Sí
- b.- No

¿Por qué? *Las pocas veces que entro al interior reviso la cartelera para ver actividades q' han realizado saber que han hecho*

12.- ¿Cuál de los siguientes formatos de medios audiovisuales le resultaría más apropiado para difundir información sobre ASODECO?

- a.- Noticieros radiales
- b.- Videos institucionales
- c.- Apariciones en TV
- d.- Micros radiales

13.- ¿Con qué frecuencia le gustaría recibir información de ASODECO?

- a.- Mensual
- b.- Quincenal
- c.- Semanal
- d.- Diario
- e.- Nunca

14.- A cuál de los siguientes eventos le gustaría asistir?

- a.- Charlas informativas
- b.- Foros
- c.- Talleres
- d.- Actividades recreativas
- e.- Otros _____

*Alf. Martínez
8/6/009
por gracias
su interes*

CUESTIONARIO

- El siguiente cuestionario es un instrumento de recolección de datos, busca recabar información precisa con fines netamente académicos. La información recabada será de carácter confidencial y para uso exclusivo del investigador.
- Por favor lea atentamente cada pregunta antes de responderla.
- Encierre en un círculo la opción de su preferencia.
- En las preguntas donde tenga que explicar, razonar y especificar por favor exprese sus ideas en oraciones breves.
- Se le agradece realizar el cuestionario de forma individual.

1.- ¿Desde hace cuánto tiempo mantiene vinculación directa con ASODECO?

- a.- Un año
b.- Dos años
c.- Tres años
d.- Cuatro años o más

2.- ¿Cuánto tiempo le dedica a la semana a leer material informativo sobre discapacidad?

- a.- Media hora
b.- Una hora
c.- Dos horas

3.- ¿En cuáles de las siguientes actividades organizadas por ASODECO, Ud. ha participado?

- a.- Programa de Transición Laboral
b.- Voluntariado
c.- Restauración de infraestructura
d.- Asesoría

4.- De los siguientes programas, ¿cuál vincula con ASODECO?

- a.- Campañas de recaudación de fondos
b.- "Creando Independencia"
c.- "Perfil del preparador laboral"
d.- "Corazones Blancos"

5.- ¿Cuál es el nombre de la directora de ASODECO?

- a.- Mónica Castro Russián
b.- Morelia Flores
c.- María Susana Padrón de Grasso
d.- Nelly Goncalves

6.- De las frases siguientes, ¿cuál relaciona con la misión de ASODECO?

- a. "...hemos visto la capacitación profesional como una piedra angular en este trabajo..."
b. "...búsqueda constante del mejoramiento de la calidad de vida de las personas con discapacidad..."
c. "Mejorar la calidad de vida y reivindicar los derechos de las personas con Discapacidad Intelectual..."

7.- ¿Qué tipo de información le gustaría recibir por parte de ASODECO? (Puede seleccionar al menos tres)

- a.- Programas de formación
b.- Convocatoria a actividades a realizar
c.- Reportajes sobre Salud
d.- Invitación a charlas informativas
e.- Alianzas con otras instituciones
f.- Jornadas de participación
g.- Talleres dictados por profesionales
h.- Tareas de juegos deportivos
i.- Otro _____

8.- Le gustaría recibir de ASODECO:

- a.- Tips informativos
- c.- Reportajes de investigación
- e.- Crónicas
- b.- Artículos de opinión
- d.- Reseñas gráficas de actividades
- f.- Perfiles

9.- ¿A través de cuál medio preferiría recibir esta información?

- a.- Página Web
- c.- Medios impresos
- e.- Reuniones
- b.- Medio audiovisual
- d.- Eventos

10.- En cuanto a medios impresos, ¿qué tipo de publicación preferiría?

- a.- Tríptico
- b.- Periódico
- c.- Revista
- d.- Folleto informativo

11.- ¿Habitualmente consulta la información publicada en las carteleras de ASODECO?

- a.- Sí
 - b.- No
- ¿Por qué? Casi nunca voy a Asodeco

12.- ¿Cuál de los siguientes formatos de medios audiovisuales le resultaría más apropiado para difundir información sobre ASODECO?

- a.- Noticieros radiales
- b.- Videos institucionales
- c.- Apariciones en TV
- d.- Micros radiales

13.- ¿Con qué frecuencia le gustaría recibir información de ASODECO?

- a.- Mensual
- b.- Quincenal
- c.- Semanal
- d.- Diario
- e.- Nunca

14.- A cuál de los siguientes eventos le gustaría asistir?

- a.- Charlas informativas
- b.- Foros
- c.- Talleres
- d.- Actividades recreativas
- e.- Convivencias
- f.- Otros _____

CUESTIONARIO

- El siguiente cuestionario es un instrumento de recolección de datos, busca recabar información precisa con fines netamente académicos. La información recabada será de carácter confidencial y para uso exclusivo del investigador.
- Por favor lea atentamente cada pregunta antes de responderla.
- Encierre en un círculo la opción de su preferencia.
- En las preguntas donde tenga que explicar, razonar y especificar por favor exprese sus ideas en oraciones breves.
- Se le agradece realizar el cuestionario de forma individual.

1.- ¿Desde hace cuánto tiempo mantiene vinculación directa con ASODECO?

- a.- Un año
b.- Dos años
c.- Tres años
d.- Cuatro años o más

2.- ¿Cuánto tiempo le dedica a la semana a leer material informativo sobre discapacidad?

- a.- Media hora
b.- Una hora o menos
c.- Dos horas
d.- Ninguna

3.- ¿En cuáles de las siguientes actividades organizadas por ASODECO, Ud. ha participado?

- a.- Programa de Transición Laboral
b.- Voluntariado
c.- Restauración de infraestructura
d.- Asesoría

4.- De los siguientes programas, ¿cuál vincula con ASODECO?

- a.- Campañas de recaudación de fondos
b.- "Creando Independencia"
c.- "Perfil del preparador laboral"
d.- "Corazones Blancos"

5.- ¿Cuál es el nombre de la directora de ASODECO?

- a.- Mónica Castro Russián
b.- Morelia Flores
c.- María Susana Padrón de Grasso
d.- Nelly Goncalves

6.- De las frases siguientes, ¿cuál relaciona con la misión de ASODECO?

- a. "...hemos visto la capacitación profesional como una piedra angular en este trabajo..."
b. "...búsqueda constante del mejoramiento de la calidad de vida de las personas con discapacidad..."
c. "Mejorar la calidad de vida y reivindicar los derechos de las personas con Discapacidad Intelectual..."

7.- ¿Qué tipo de información le gustaría recibir por parte de ASODECO? (Puede seleccionar al menos tres)

- a.- Programas de formación
b.- Convocatoria a actividades a realizar
c.- Reportajes sobre Salud
d.- Invitación a charlas informativas
e.- Alianzas con otras instituciones
f.- Jornadas de participación
g.- Talleres dictados por profesionales
h.- Torneos de juegos deportivos
i.- Otro _____

8.- Le gustaría recibir de ASODECO:

- a.- Tips informativos
- c.- Reportajes de investigación
- e.- Crónicas
- b.- Artículos de opinión
- d.- Reseñas gráficas de actividades
- f.- Perfiles

9.- ¿A través de cuál medio preferiría recibir esta información?

- a.- Página Web
- b.- Medio audiovisual
- c.- Medios impresos
- d.- Eventos
- e.- Reuniones

10.- En cuanto a medios impresos, ¿qué tipo de publicación preferiría?

- a.- Tríptico
- c.- Revista
- b.- Periódico
- d.- Folleto informativo

11.- ¿Habitualmente consulta la información publicada en las carteleras de ASODECO?

a.- Sí

b.- No

¿Por qué?

cuando me bajo habla con el personal y veo la cartelera pero no es a menudo.

12.- ¿Cuál de los siguientes formatos de medios audiovisuales le resultaría más apropiado para difundir información sobre ASODECO?

- a.- Noticieros radiales
- b.- Videos institucionales
- c.- Apariciones en TV
- d.- Micros radiales

13.- ¿Con qué frecuencia le gustaría recibir información de ASODECO?

- a.- Mensual
- b.- Quincenal
- c.- Semanal
- d.- Diario
- e.- Nunca

14.- A cuál de los siguientes eventos le gustaría asistir?

- a.- Charlas informativas
- b.- Foros
- c.- Talleres
- d.- Actividades recreativas
- e.- Convivencias
- f.- Otros _____

CUESTIONARIO

- El siguiente cuestionario es un instrumento de recolección de datos, busca recabar información precisa con fines netamente académicos. La información recabada será de carácter confidencial y para uso exclusivo del investigador.
- Por favor lea atentamente cada pregunta antes de responderla.
- Encierre en un círculo la opción de su preferencia.
- En las preguntas donde tenga que explicar, razonar y especificar por favor exprese sus ideas en oraciones breves.
- Se le agradece realizar el cuestionario de forma individual.

1.- ¿Desde hace cuánto tiempo mantiene vinculación directa con ASODECO?

- a.- Un año
b.- Dos años
c.- Tres años
d.- Cuatro años o más

2.- ¿Cuánto tiempo le dedica a la semana a leer material informativo sobre discapacidad?

- a.- Media hora
b.- Una hora
c.- Dos horas

3.- ¿En cuáles de las siguientes actividades organizadas por ASODECO, Ud. ha participado?

- a.- Programa de Transición Laboral
b.- Voluntariado
c.- Restauración de infraestructura
d.- Asesoría

4.- De los siguientes programas, ¿cuál vincula con ASODECO?

- a.- Campañas de recaudación de fondos
b.- "Creando Independencia"
c.- "Perfil del preparador laboral"
d.- "Corazones Blancos"

5.- ¿Cuál es el nombre de la directora de ASODECO?

- a.- Mónica Castro Russián
b.- Morelia Flores
c.- María Susana Padrón de Grasso
d.- Nelly Goncalves

6.- De las frases siguientes, ¿cuál relaciona con la misión de ASODECO?

- a. "...hemos visto la capacitación profesional como una piedra angular en este trabajo..."
b. "...búsqueda constante del mejoramiento de la calidad de vida de las personas con discapacidad..."
c. "Mejorar la calidad de vida y reivindicar los derechos de las personas con Discapacidad Intelectual..."

7.- ¿Qué tipo de información le gustaría recibir por parte de ASODECO? (Puede seleccionar al menos tres)

- a.- Programas de formación
b.- Convocatoria a actividades a realizar
c. Reportajes sobre Salud
d.- Invitación a charlas informativas
e.- Alianzas con otras instituciones
f.- Jornadas de participación
g.- Talleres dictados por profesionales
h.- Toreos de juegos deportivos
i.- Otro _____

8.- Le gustaría recibir de ASODECO:

- a.- Tips informativos
- b.- Artículos de opinión
- c.- Reportajes de investigación
- d.- Reseñas gráficas de actividades
- e.- Crónicas
- f.- Perfiles

9.- ¿A través de cuál medio preferiría recibir esta información?

- a.- Página Web
- b.- Medio audiovisual
- c.- Medios impresos
- d.- Eventos
- e.- Reuniones

10.- En cuanto a medios impresos, ¿qué tipo de publicación preferiría?

- a.- Tríptico
- b.- Periódico
- c.- Revista
- d.- Folleto informativo

11.- ¿Habitualmente consulta la información publicada en las carteleras de ASODECO?

- a.- Sí
- b.- No

¿Por qué? _____

12.- ¿Cuál de los siguientes formatos de medios audiovisuales le resultaría más apropiado para difundir información sobre ASODECO?

- a.- Noticieros radiales
- b.- Videos institucionales
- c.- Apariciones en TV
- d.- Micros radiales

13.- ¿Con qué frecuencia le gustaría recibir información de ASODECO?

- a.- Mensual
- b.- Quincenal
- c.- Semanal
- d.- Diario
- e.- Nunca

14.- A cuál de los siguientes eventos le gustaría asistir?

- a.- Charlas informativas
- b.- Foros
- c.- Talleres
- d.- Actividades recreativas
- e.- Convivencias
- f.- Otros _____

Alicia Jacinto de Peñ

CUESTIONARIO

- El siguiente cuestionario es un instrumento de recolección de datos, busca recabar información precisa con fines netamente académicos. La información recabada será de carácter confidencial y para uso exclusivo del investigador.
- Por favor lea atentamente cada pregunta antes de responderla.
- Encierre en un círculo la opción de su preferencia.
- En las preguntas donde tenga que explicar, razonar y especificar por favor exprese sus ideas en oraciones breves.
- Se le agradece realizar el cuestionario de forma individual.

1.- ¿Desde hace cuánto tiempo mantiene vinculación directa con ASODECO?

- a.- Un año
b.- Dos años
c.- Tres años
d.- Cuatro años o más

2.- ¿Cuánto tiempo le dedica a la semana a leer material informativo sobre discapacidad?

- a.- Media hora
b.- Una hora
c.- Dos horas

3.- ¿En cuáles de las siguientes actividades organizadas por ASODECO, Ud. ha participado?

- a.- Programa de Transición Laboral
b.- Voluntariado
c.- Restauración de infraestructura
d.- Asesoría

4.- De los siguientes programas, ¿cuál vincula con ASODECO?

- a.- Campañas de recaudación de fondos
b.- "Creando Independencia"
c.- "Perfil del preparador laboral"
d.- "Corazones Blancos"

5.- ¿Cuál es el nombre de la directora de ASODECO?

- a.- Mónica Castro Russián
b.- Morelia Flores
c.- María Susana Padrón de Grasso
d.- Nelly Goncalves

6.- De las frases siguientes, ¿cuál relaciona con la misión de ASODECO?

- a. "...hemos visto la capacitación profesional como una piedra angular en este trabajo..."
b. "...búsqueda constante del mejoramiento de la calidad de vida de las personas con discapacidad..."
c. "Mejorar la calidad de vida y reivindicar los derechos de las personas con Discapacidad Intelectual..."

7.- ¿Qué tipo de información le gustaría recibir por parte de ASODECO? (Puede seleccionar al menos tres)

- a.- Programas de formación
b.- Convocatoria a actividades a realizar
c.- Reportajes sobre Salud
d.- Invitación a charlas informativas
e.- Alianzas con otras instituciones
f.- Jornadas de participación
g.- Talleres dictados por profesionales
h.- Torneos de juegos deportivos
i.- Otro _____

8.- Le gustaría recibir de ASODECO:

- a.- Tips informativos
- c.- Reportajes de investigación
- e.- Crónicas
- b.- Artículos de opinión
- d.- Reseñas gráficas de actividades
- f.- Perfiles

9.- ¿A través de cuál medio preferiría recibir esta información?

- a.- Página Web
- c.- Medios impresos
- e.- Reuniones
- b.- Medio audiovisual
- d.- Eventos

10.- En cuanto a medios impresos, ¿qué tipo de publicación preferiría?

- a.- Tríptico
- c.- Revista
- b.- Periódico
- d.- Folleto informativo

11.- ¿Habitualmente consulta la información publicada en las carteleras de ASODECO?

- a.- Sí
 - b.- No
- ¿Por qué? Para estar al día con lo que pasa

12.- ¿Cuál de los siguientes formatos de medios audiovisuales le resultaría más apropiado para difundir información sobre ASODECO?

- a.- Noticieros radiales
- c.- Apariciones en TV
- b.- Videos institucionales
- d.- Micros radiales

13.- ¿Con qué frecuencia le gustaría recibir información de ASODECO?

- a.- Mensual
- c.- Semanal
- e.- Nunca
- b.- Quincenal
- d.- Diario

14.- A cuál de los siguientes eventos le gustaría asistir?

- a.- Charlas informativas
- c.- Talleres
- e.- Convivencias
- b.- Foros
- d.- Actividades recreativas
- f.- Otros _____

CUESTIONARIO

- El siguiente cuestionario es un instrumento de recolección de datos, busca recabar información precisa con fines netamente académicos. La información recabada será de carácter confidencial y para uso exclusivo del investigador.
- Por favor lea atentamente cada pregunta antes de responderla.
- Encierre en un círculo la opción de su preferencia.
- En las preguntas donde tenga que explicar, razonar y especificar por favor exprese sus ideas en oraciones breves.
- Se le agradece realizar el cuestionario de forma individual.

1.- ¿Desde hace cuánto tiempo mantiene vinculación directa con ASODECO?

- a.- Un año
b.- Dos años
c.- Tres años
 d.- Cuatro años o más

2.- ¿Cuánto tiempo le dedica a la semana a leer material informativo sobre discapacidad?

- a.- Media hora
b.- Una hora
c.- Dos horas

3.- ¿En cuáles de las siguientes actividades organizadas por ASODECO, Ud. ha participado?

- a.- Programa de Transición Laboral
b.- Voluntariado
c.- Restauración de infraestructura
d.- Asesoría

4.- De los siguientes programas, ¿cuál vincula con ASODECO?

- a.- Campañas de recaudación de fondos
b.- "Creando Independencia"
c.- "Perfil del preparador laboral"
d.- "Corazones Blancos"

5.- ¿Cuál es el nombre de la directora de ASODECO?

- a.- Mónica Castro Russián
b.- Morelia Flores
c.- María Susana Padrón de Grasso
d.- Nelly Goncalves

6.- De las frases siguientes, ¿cuál relaciona con la misión de ASODECO?

- a. "...hemos visto la capacitación profesional como una piedra angular en este trabajo..."
 b. "...búsqueda constante del mejoramiento de la calidad de vida de las personas con discapacidad..."
c. "Mejorar la calidad de vida y reivindicar los derechos de las personas con Discapacidad Intelectual..."

7.- ¿Qué tipo de información le gustaría recibir por parte de ASODECO? (Puede seleccionar al menos tres)

- a.- Programas de formación
b.- Convocatoria a actividades a realizar
 c.- Reportajes sobre Salud
d.- Invitación a charlas informativas
 e.- Alianzas con otras instituciones
f.- Jornadas de participación
g.- Talleres dictados por profesionales
h.- Tareas de juegos deportivos
i.- Otro _____

8.- Le gustaría recibir de ASODECO:

- a.- Tips informativos
- c.- Reportajes de investigación
- e.- Crónicas
- b.- Artículos de opinión
- d.- Reseñas gráficas de actividades
- f.- Perfiles

9.- ¿A través de cuál medio preferiría recibir esta información?

- a.- Página Web
- c.- Medios impresos
- e.- Reuniones
- b.- Medio audiovisual
- d.- Eventos

10.- En cuanto a medios impresos, ¿qué tipo de publicación preferiría?

- a.- Tríptico
- c.- Revista
- b.- Periódico
- d.- Folleto informativo

11.- ¿Habitualmente consulta la información publicada en las carteleras de ASODECO?

- a.- Sí
 - b.- No
- ¿Por qué? _____

12.- ¿Cuál de los siguientes formatos de medios audiovisuales le resultaría más apropiado para difundir información sobre ASODECO?

- a.- Noticieros radiales
- c.- Apariciones en TV
- b.- Videos institucionales
- d.- Micros radiales

13.- ¿Con qué frecuencia le gustaría recibir información de ASODECO?

- a.- Mensual
- c.- Semanal
- e.- Nunca
- b.- Quincenal
- d.- Diario

14.- A cuál de los siguientes eventos le gustaría asistir?

- a.- Charlas informativas
- c.- Talleres
- e.- Convivencias
- b.- Foros
- d.- Actividades recreativas
- f.- Otros _____

CUESTIONARIO

- El siguiente cuestionario es un instrumento de recolección de datos, busca recabar información precisa con fines netamente académicos. La información recabada será de carácter confidencial y para uso exclusivo del investigador.
- Por favor lea atentamente cada pregunta antes de responderla.
- Encierre en un círculo la opción de su preferencia.
- En las preguntas donde tenga que explicar, razonar y especificar por favor exprese sus ideas en oraciones breves.
- Se le agradece realizar el cuestionario de forma individual.

1.- ¿Desde hace cuánto tiempo mantiene vinculación directa con ASODECO?

- a.- Un año
b.- Dos años
c.- Tres años
d.- Cuatro años o más

2.- ¿Cuánto tiempo le dedica a la semana a leer material informativo sobre discapacidad?

- a.- Media hora
b.- Una hora
c.- Dos horas
no leo sobre esto.

3.- ¿En cuáles de las siguientes actividades organizadas por ASODECO, Ud. ha participado?

- a.- Programa de Transición Laboral
b.- Voluntariado
c.- Restauración de infraestructura
d.- Asesoría
ninguno

4.- De los siguientes programas, ¿cuál vincula con ASODECO?

- a.- Campañas de recaudación de fondos
b.- "Creando Independencia"
c.- "Perfil del preparador laboral"
d.- "Corazones Blancos"

5.- ¿Cuál es el nombre de la directora de ASODECO?

- a.- Mónica Castro Russián
b.- Morelia Flores
c.- María Susana Padrón de Grasso
d.- Nelly Goncalves

6.- De las frases siguientes, ¿cuál relaciona con la misión de ASODECO?

- a. "...hemos visto la capacitación profesional como una piedra angular en este trabajo..."
b. "...búsqueda constante del mejoramiento de la calidad de vida de las personas con discapacidad..."
c. "Mejorar la calidad de vida y reivindicar los derechos de las personas con Discapacidad Intelectual..."

7.- ¿Qué tipo de información le gustaría recibir por parte de ASODECO? (Puede seleccionar al menos tres)

- a.- Programas de formación
b.- Convocatoria a actividades a realizar
c.- Reportajes sobre Salud
d.- Invitación a charlas informativas
e.- Alianzas con otras instituciones
f.- Jornadas de participación
g.- Talleres dictados por profesionales
h.- Tareas de juegos deportivos
i.- Otro _____

8.- Le gustaría recibir de ASODECO:

- a.- Tips informativos
- b.- Artículos de opinión
- c.- Reportajes de investigación
- d.- Reseñas gráficas de actividades
- e.- Crónicas
- f.- Perfiles

9.- ¿A través de cuál medio preferiría recibir esta información?

- a.- Página Web
- b.- Medio audiovisual
- c.- Medios impresos
- d.- Eventos
- e.- Reuniones

10.- En cuanto a medios impresos, ¿qué tipo de publicación preferiría?

- a.- Tríptico
- b.- Periódico
- d.- Folleto informativo
- c.- Revista

11.- ¿Habitualmente consulta la información publicada en las carteleras de ASODECO?

- a.- Sí
 - b.- No
- ¿Por qué? roy muy poco.

12.- ¿Cuál de los siguientes formatos de medios audiovisuales le resultaría más apropiado para difundir información sobre ASODECO?

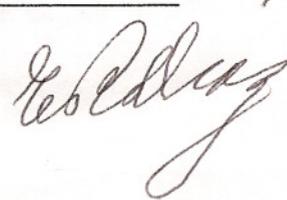
- a.- Noticieros radiales
- b.- Videos institucionales
- c.- Apariciones en TV
- d.- Micros radiales

13.- ¿Con qué frecuencia le gustaría recibir información de ASODECO?

- a.- Mensual
- b.- Quincenal
- c.- Semanal
- d.- Diario
- e.- Nunca

14.- A cuál de los siguientes eventos le gustaría asistir?

- a.- Charlas informativas
- b.- Foros
- c.- Talleres
- d.- Actividades recreativas
- e.- Convivencias
- f.- Otros _____



CUESTIONARIO

- El siguiente cuestionario es un instrumento de recolección de datos, busca recabar información precisa con fines netamente académicos. La información recabada será de carácter confidencial y para uso exclusivo del investigador.
- Por favor lea atentamente cada pregunta antes de responderla.
- Encierre en un círculo la opción de su preferencia.
- En las preguntas donde tenga que explicar, razonar y especificar por favor exprese sus ideas en oraciones breves.
- Se le agradece realizar el cuestionario de forma individual.

1.- ¿Desde hace cuánto tiempo mantiene vinculación directa con ASODECO?

- a.- Un año
b.- Dos años
c.- Tres años *Desde 1988*
d.- Cuatro años o más *- 21 años*

2.- ¿Cuánto tiempo le dedica a la semana a leer material informativo sobre discapacidad?

- a.- Media hora
b.- Una hora
c.- Dos horas

3.- ¿En cuáles de las siguientes actividades organizadas por ASODECO, Ud. ha participado?

- a.- Programa de Transición Laboral
b.- Voluntariado
c.- Restauración de infraestructura
d.- Asesoría

4.- De los siguientes programas, ¿cuál vincula con ASODECO?

- a.- Campañas de recaudación de fondos
b.- "Creando Independencia"
c.- "Perfil del preparador laboral"
d.- "Corazones Blancos"

5.- ¿Cuál es el nombre de la directora de ASODECO?

- a.- Mónica Castro Russián
b.- Morelia Flores
c.- María Susana Padrón de Grasso
d.- Nelly Goncalves

6.- De las frases siguientes, ¿cuál relaciona con la misión de ASODECO?

- a. "...hemos visto la capacitación profesional como una piedra angular en este trabajo..."
b. "...búsqueda constante del mejoramiento de la calidad de vida de las personas con discapacidad..."
c. "Mejorar la calidad de vida y reivindicar los derechos de las personas con Discapacidad Intelectual..."

7.- ¿Qué tipo de información le gustaría recibir por parte de ASODECO? (Puede seleccionar al menos tres)

- a.- Programas de formación
b.- Convocatoria a actividades a realizar
c.- Reportajes sobre Salud
d.- Invitación a charlas informativas
e.- Alianzas con otras instituciones
f.- Jornadas de participación
g.- Talleres dictados por profesionales
h.- Toreos de juegos deportivos
i.- Otro _____

8.- Le gustaría recibir de ASODECO:

- a.- Tips informativos
- b.- Artículos de opinión
- c.- Reportajes de investigación
- d.- Reseñas gráficas de actividades
- e.- Crónicas
- f.- Perfiles

9.- ¿A través de cuál medio preferiría recibir esta información?

- a.- Página Web *email*
- b.- Medio audiovisual
- c.- Medios impresos
- d.- Eventos
- e.- Reuniones

10.- En cuanto a medios impresos, ¿qué tipo de publicación preferiría?

- a.- Tríptico
- b.- Periódico
- c.- Revista
- d.- Folleto informativo

11.- ¿Habitualmente consulta la información publicada en las carteleras de ASODECO?

- a.- Sí
 - b.- No
- ¿Por qué? No visito nuestro Asodeco últimamente, antes iba mas a nuestro

12.- ¿Cuál de los siguientes formatos de medios audiovisuales le resultaría más apropiado para difundir información sobre ASODECO?

- a.- Noticieros radiales
- b.- Videos institucionales
- c.- Apariciones en TV
- d.- Micros radiales

13.- ¿Con qué frecuencia le gustaría recibir información de ASODECO?

- a.- Mensual
- b.- Quincenal
- c.- Semanal
- d.- Diario
- e.- Nunca

14.- A cuál de los siguientes eventos le gustaría asistir?

- a.- Charlas informativas
- b.- Foros
- c.- Talleres
- d.- Actividades recreativas
- e.- Convivencias
- f.- Otros _____

CUESTIONARIO

- El siguiente cuestionario es un instrumento de recolección de datos, busca recabar información precisa con fines netamente académicos. La información recabada será de carácter confidencial y para uso exclusivo del investigador.
- Por favor lea atentamente cada pregunta antes de responderla.
- Encierre en un círculo la opción de su preferencia.
- En las preguntas donde tenga que explicar, razonar y especificar por favor exprese sus ideas en oraciones breves.
- Se le agradece realizar el cuestionario de forma individual.

1.- ¿Desde hace cuánto tiempo mantiene vinculación directa con ASODECO?

- a.- Un año
 b.- Dos años
 c.- Tres años
 d.- Cuatro años o más

2.- ¿Cuánto tiempo le dedica a la semana a leer material informativo sobre discapacidad?

- a.- Media hora
 b.- Una hora
 c.- Dos horas

3.- ¿En cuáles de las siguientes actividades organizadas por ASODECO, Ud. ha participado?

- a.- Programa de Transición Laboral
b.- Voluntariado
c.- Restauración de infraestructura
d.- Asesoría

4.- De los siguientes programas, ¿cuál vincula con ASODECO?

- a.- Campañas de recaudación de fondos
b.- "Creando Independencia"
c.- "Perfil del preparador laboral"
d.- "Corazones Blancos"

5.- ¿Cuál es el nombre de la directora de ASODECO?

- a.- Mónica Castro Russián
b.- Morelia Flores
c.- María Susana Padrón de Grasso
d.- Nelly Goncalves

6.- De las frases siguientes, ¿cuál relaciona con la misión de ASODECO?

- a. "...hemos visto la capacitación profesional como una piedra angular en este trabajo..."
 b. "...búsqueda constante del mejoramiento de la calidad de vida de las personas con discapacidad..."
 c. "Mejorar la calidad de vida y reivindicar los derechos de las personas con Discapacidad Intelectual..."

7.- ¿Qué tipo de información le gustaría recibir por parte de ASODECO? (Puede seleccionar al menos tres)

- a.- Programas de formación
 b.- Convocatoria a actividades a realizar
 c.- Reportajes sobre Salud
 d.- Invitación a charlas informativas
 e.- Alianzas con otras instituciones
f.- Jornadas de participación
g.- Talleres dictados por profesionales
h.- Torneos de juegos deportivos
i.- Otro _____

8.- Le gustaría recibir de ASODECO:

- a.- Tips informativos
- b.- Artículos de opinión
- c.- Reportajes de investigación
- d.- Reseñas gráficas de actividades
- e.- Crónicas
- f.- Perfiles

9.- ¿A través de cuál medio preferiría recibir esta información?

- a.- Página Web
- b.- Medio audiovisual
- c.- Medios impresos
- d.- Eventos
- e.- Reuniones

10.- En cuanto a medios impresos, ¿qué tipo de publicación preferiría?

- a.- Tríptico
- b.- Periódico
- c.- Revista
- d.- Folleto informativo

11.- ¿Habitualmente consulta la información publicada en las carteleras de ASODECO?

- a.- Sí
 - b.- No
- ¿Por qué? porque es de mutuo interés.

12.- ¿Cuál de los siguientes formatos de medios audiovisuales le resultaría más apropiado para difundir información sobre ASODECO?

- a.- Noticieros radiales
- b.- Videos institucionales
- c.- Apariciones en TV
- d.- Micros radiales

13.- ¿Con qué frecuencia le gustaría recibir información de ASODECO?

- a.- Mensual
- b.- Quincenal
- c.- Semanal
- d.- Diario
- e.- Nunca

14.- A cuál de los siguientes eventos le gustaría asistir?

- a.- Charlas informativas
- b.- Foros
- c.- Talleres
- d.- Actividades recreativas
- e.- Convivencias
- f.- Otros _____

CUESTIONARIO

- El siguiente cuestionario es un instrumento de recolección de datos, busca recabar información precisa con fines netamente académicos. La información recabada será de carácter confidencial y para uso exclusivo del investigador.
- Por favor lea atentamente cada pregunta antes de responderla.
- Encierre en un círculo la opción de su preferencia.
- En las preguntas donde tenga que explicar, razonar y especificar por favor exprese sus ideas en oraciones breves.
- Se le agradece realizar el cuestionario de forma individual.

1.- ¿Desde hace cuánto tiempo mantiene vinculación directa con ASODECO?

- a.- Un año
 c.- Tres años
b.- Dos años
d.- Cuatro años o más

2.- ¿Cuánto tiempo le dedica a la semana a leer material informativo sobre discapacidad?

- a.- Media hora
c.- Dos horas
b.- Una hora
d) Siempre

3.- ¿En cuáles de las siguientes actividades organizadas por ASODECO, Ud. ha participado?

- a.- Programa de Transición Laboral
c.- Restauración de infraestructura
 b.- Voluntariado
d.- Asesoría

4.- De los siguientes programas, ¿cuál vincula con ASODECO?

- a.- Campañas de recaudación de fondos
c.- "Perfil del preparador laboral"
 b.- "Creando Independencia"
d.- "Corazones Blancos"

5.- ¿Cuál es el nombre de la directora de ASODECO?

- a.- Mónica Castro Russián
c.- María Susana Padrón de Grasso
b.- Morelia Flores
 d.- Nelly Goncalves

6.- De las frases siguientes, ¿cuál relaciona con la misión de ASODECO?

- a. "...hemos visto la capacitación profesional como una piedra angular en este trabajo..."
 b. "...búsqueda constante del mejoramiento de la calidad de vida de las personas con discapacidad..."
c. "Mejorar la calidad de vida y reivindicar los derechos de las personas con Discapacidad Intelectual..."

7.- ¿Qué tipo de información le gustaría recibir por parte de ASODECO? (Puede seleccionar al menos tres)

- a.- Programas de formación
c.- Reportajes sobre Salud
e.- Alianzas con otras instituciones
 g.- Talleres dictados por profesionales
i.- Otro _____
b.- Convocatoria a actividades a realizar
d.- Invitación a charlas informativas
f.- Jornadas de participación
h.- Torneos de juegos deportivos

8.- Le gustaría recibir de ASODECO:

- a.- Tips informativos
- c.- Reportajes de investigación
- e.- Crónicas
- b.- Artículos de opinión
- d.- Reseñas gráficas de actividades
- f.- Perfiles

9.- ¿A través de cuál medio preferiría recibir esta información?

- a.- Página Web
- c.- Medios impresos
- e.- Reuniones
- b.- Medio audiovisual
- d.- Eventos

10.- En cuanto a medios impresos, ¿qué tipo de publicación preferiría?

- a.- Tríptico
- c.- Revista
- b.- Periódico
- d.- Folleto informativo

11.- ¿Habitualmente consulta la información publicada en las carteleras de ASODECO?

- a.- Sí
 - b.- No
- ¿Por qué? Así me informo de la vida de Asodeco y sus relacionados

12.- ¿Cuál de los siguientes formatos de medios audiovisuales le resultaría más apropiado para difundir información sobre ASODECO?

- a.- Noticieros radiales
- b.- Videos institucionales
- c.- Apariciones en TV
- d.- Micros radiales

13.- ¿Con qué frecuencia le gustaría recibir información de ASODECO?

- a.- Mensual
- c.- Semanal
- e.- Nunca
- b.- Quincenal
- d.- Diario

14.- A cuál de los siguientes eventos le gustaría asistir?

- a.- Charlas informativas
- c.- Talleres
- e.- Convivencias
- b.- Foros
- d.- Actividades recreativas
- f.- Otros _____

CUESTIONARIO

- El siguiente cuestionario es un instrumento de recolección de datos, busca recabar información precisa con fines netamente académicos. La información recabada será de carácter confidencial y para uso exclusivo del investigador.
- Por favor lea atentamente cada pregunta antes de responderla.
- Encierre en un círculo la opción de su preferencia.
- En las preguntas donde tenga que explicar, razonar y especificar por favor exprese sus ideas en oraciones breves.
- Se le agradece realizar el cuestionario de forma individual.

1.- ¿Desde hace cuánto tiempo mantiene vinculación directa con ASODECO?

- a.- Un año
b.- Dos años
c.- Tres años
d.- Cuatro años o más

2.- ¿Cuánto tiempo le dedica a la semana a leer material informativo sobre discapacidad?

- a.- Media hora
b.- Una hora
c.- Dos horas

3.- ¿En cuáles de las siguientes actividades organizadas por ASODECO, Ud. ha participado?

- a.- Programa de Transición Laboral
b.- Voluntariado
c.- Restauración de infraestructura
 d.- Asesoría

4.- De los siguientes programas, ¿cuál vincula con ASODECO?

- a.- Campañas de recaudación de fondos
b.- "Creando Independencia"
c.- "Perfil del preparador laboral"
 d.- "Corazones Blancos"

5.- ¿Cuál es el nombre de la directora de ASODECO?

- a.- Mónica Castro Russián
b.- Morelia Flores
c.- María Susana Padrón de Grasso
 d.- Nelly Goncalves

6.- De las frases siguientes, ¿cuál relaciona con la misión de ASODECO?

- a. "...hemos visto la capacitación profesional como una piedra angular en este trabajo..."
b. "...búsqueda constante del mejoramiento de la calidad de vida de las personas con discapacidad..."
 c. "Mejorar la calidad de vida y reivindicar los derechos de las personas con Discapacidad Intelectual..."

7.- ¿Qué tipo de información le gustaría recibir por parte de ASODECO? (Puede seleccionar al menos tres)

- a.- Programas de formación
b.- Convocatoria a actividades a realizar
 c.- Reportajes sobre Salud
d.- Invitación a charlas informativas
 e.- Alianzas con otras instituciones
f.- Jornadas de participación
g.- Talleres dictados por profesionales
h.- Toreos de juegos deportivos
i.- Otro _____

8.- Le gustaría recibir de ASODECO:

- a.- Tips informativos
- c.- Reportajes de investigación
- e.- Crónicas
- b.- Artículos de opinión
- d.- Reseñas gráficas de actividades
- f.- Perfiles

9.- ¿A través de cuál medio preferiría recibir esta información?

- a.- Página Web
- c.- Medios impresos
- e.- Reuniones
- b.- Medio audiovisual
- d.- Eventos

10.- En cuanto a medios impresos, ¿qué tipo de publicación preferiría?

- a.- Tríptico
- c.- Revista
- b.- Periódico
- d.- Folleto informativo

11.- ¿Habitualmente consulta la información publicada en las carteleras de ASODECO?

- a.- Sí
- b.- No

¿Por qué? *porque Lourdes la desplaza sola, no la acompaña*
a diario al colegio.

12.- ¿Cuál de los siguientes formatos de medios audiovisuales le resultaría más apropiado para difundir información sobre ASODECO?

- a.- Noticieros radiales
- c.- Apariciones en TV
- b.- Videos institucionales
- d.- Micros radiales

13.- ¿Con qué frecuencia le gustaría recibir información de ASODECO?

- a.- Mensual
- c.- Semanal
- e.- Nunca
- b.- Quincenal
- d.- Diario

14.- A cuál de los siguientes eventos le gustaría asistir?

- a.- Charlas informativas
- c.- Talleres
- e.- Convivencias
- b.- Foros
- d.- Actividades recreativas
- f.- Otros _____

CUESTIONARIO

- El siguiente cuestionario es un instrumento de recolección de datos, busca recabar información precisa con fines netamente académicos. La información recabada será de carácter confidencial y para uso exclusivo del investigador.
- Por favor lea atentamente cada pregunta antes de responderla.
- Encierre en un círculo la opción de su preferencia.
- En las preguntas donde tenga que explicar, razonar y especificar por favor exprese sus ideas en oraciones breves.
- Se le agradece realizar el cuestionario de forma individual.

1.- ¿Desde hace cuánto tiempo mantiene vinculación directa con ASODECO?

- a.- Un año
b.- Dos años
c.- Tres años
d.- Cuatro años o más

2.- ¿Cuánto tiempo le dedica a la semana a leer material informativo sobre discapacidad?

- a.- Media hora
b.- Una hora
c.- Dos horas

Muy poco sólo lo q' capte el interés

3.- ¿En cuáles de las siguientes actividades organizadas por ASODECO, Ud. ha participado?

- a.- Programa de Transición Laboral
b.- Voluntariado
c.- Restauración de infraestructura
d.- Asesoría

(pocas veces, pronto en el evento de teatro)

4.- De los siguientes programas, ¿cuál vincula con ASODECO?

- a.- Campañas de recaudación de fondos
b.- "Creando Independencia"
c.- "Perfil del preparador laboral"
d.- "Corazones Blancos"

5.- ¿Cuál es el nombre de la directora de ASODECO?

- a.- Mónica Castro Russián
b.- Morelia Flores
c.- María Susana Padrón de Grasso
d.- Nelly Goncalves

6.- De las frases siguientes, ¿cuál relaciona con la misión de ASODECO?

- a. "...hemos visto la capacitación profesional como una piedra angular en este trabajo..."
b. "...búsqueda constante del mejoramiento de la calidad de vida de las personas con discapacidad..."
c. "Mejorar la calidad de vida y reivindicar los derechos de las personas con Discapacidad Intelectual..."

7.- ¿Qué tipo de información le gustaría recibir por parte de ASODECO? (Puede seleccionar al menos tres)

- a.- Programas de formación
b.- Convocatoria a actividades a realizar
 c.- Reportajes sobre Salud
d.- Invitación a charlas informativas
e.- Alianzas con otras instituciones
f.- Jornadas de participación
g.- Talleres dictados por profesionales
h.- Toreos de juegos deportivos
i.- Otro *Cómo lidiar con la adolescencia*

8.- Le gustaría recibir de ASODECO:

- a.- Tips informativos
- c.- Reportajes de investigación
- e.- Crónicas

- b.- Artículos de opinión
- d.- Reseñas gráficas de actividades
- f.- Perfiles

9.- ¿A través de cuál medio preferiría recibir esta información?

- a.- Página Web
- c.- Medios impresos
- e.- Reuniones

- b.- Medio audiovisual
- d.- Eventos

10.- En cuanto a medios impresos, ¿qué tipo de publicación preferiría?

- a.- Tríptico
- c.- Revista

- b.- Periódico
- d.- Folleto informativo

11.- ¿Habitualmente consulta la información publicada en las carteleras de ASODECO?

a.- Sí

b.- No

¿Por qué?

José asiste y se retira de la institución en transporte, lo que limita el contacto

12.- ¿Cuál de los siguientes formatos de medios audiovisuales le resultaría más apropiado para difundir información sobre ASODECO?

- a.- Noticieros radiales
- c.- Apariciones en TV

- b.- Videos institucionales
- d.- Micros radiales

13.- ¿Con qué frecuencia le gustaría recibir información de ASODECO?

- a.- Mensual
- c.- Semanal
- e.- Nunca

- b.- Quincenal → asuntos generales
- d.- Diario → lo relevante y lo que se refiera directamente con José A.

14.- A cuál de los siguientes eventos le gustaría asistir?

- a.- Charlas informativas
- c.- Talleres
- e.- Convivencias

- b.- Foros
- d.- Actividades recreativas
- f.- Otros *Exposiciones temáticas*

CUESTIONARIO

- El siguiente cuestionario es un instrumento de recolección de datos, busca recabar información precisa con fines netamente académicos. La información recabada será de carácter confidencial y para uso exclusivo del investigador.
- Por favor lea atentamente cada pregunta antes de responderla.
- Encierre en un círculo la opción de su preferencia.
- En las preguntas donde tenga que explicar, razonar y especificar por favor exprese sus ideas en oraciones breves.
- Se le agradece realizar el cuestionario de forma individual.

1.- ¿Desde hace cuánto tiempo mantiene vinculación directa con ASODECO?

- a.- Un año
b.- Dos años
c.- Tres años
d.- Cuatro años o más

Doz meses

2.- ¿Cuánto tiempo le dedica a la semana a leer material informativo sobre discapacidad?

- a.- Media hora
b.- Una hora
c.- Dos horas

Menos tiempo

3.- ¿En cuáles de las siguientes actividades organizadas por ASODECO, Ud. ha participado?

- a.- Programa de Transición Laboral
b.- Voluntariado
c.- Restauración de infraestructura
d.- Asesoría

Ninguna

4.- De los siguientes programas, ¿cuál vincula con ASODECO?

- a.- Campañas de recaudación de fondos
b.- "Creando Independencia"
c.- "Perfil del preparador laboral"
d.- "Corazones Blancos"

5.- ¿Cuál es el nombre de la directora de ASODECO?

- a.- Mónica Castro Russián
b.- Morelia Flores
c.- María Susana Padrón de Grasso
d. Nelly Goncalves

6.- De las frases siguientes, ¿cuál relaciona con la misión de ASODECO?

- a. "...hemos visto la capacitación profesional como una piedra angular en este trabajo..."
 b. "...búsqueda constante del mejoramiento de la calidad de vida de las personas con discapacidad..."
c. "Mejorar la calidad de vida y reivindicar los derechos de las personas con Discapacidad Intelectual..."

7.- ¿Qué tipo de información le gustaría recibir por parte de ASODECO? (Puede seleccionar al menos tres)

- a. Programas de formación
b.- Convocatoria a actividades a realizar
c. Reportajes sobre Salud
d.- Invitación a charlas informativas
e.- Alianzas con otras instituciones
f.- Jornadas de participación
g. Talleres dictados por profesionales
h.- Tareas de juegos deportivos
i.- Otro _____

8.- Le gustaría recibir de ASODECO:

- a.- Tips informativos
- b.- Artículos de opinión
- c.- Reportajes de investigación
- d.- Reseñas gráficas de actividades
- e.- Crónicas
- f.- Perfiles

9.- ¿A través de cuál medio preferiría recibir esta información?

- a.- Página Web
- b.- Medio audiovisual
- c.- Medios impresos
- d.- Eventos
- e.- Reuniones

10.- En cuanto a medios impresos, ¿qué tipo de publicación preferiría?

- a.- Tríptico
- b.- Periódico
- c.- Revista
- d.- Folleto informativo

11.- ¿Habitualmente consulta la información publicada en las carteleras de ASODECO?

- a.- Sí
 - b.- No
- ¿Por qué? _____

12.- ¿Cuál de los siguientes formatos de medios audiovisuales le resultaría más apropiado para difundir información sobre ASODECO?

- a.- Noticieros radiales
- b.- Videos institucionales
- c.- Apariciones en TV
- d.- Micros radiales

13.- ¿Con qué frecuencia le gustaría recibir información de ASODECO?

- a.- Mensual
- b.- Quincenal
- c.- Semanal
- d.- Diario
- e.- Nunca

14.- A cuál de los siguientes eventos le gustaría asistir?

- a.- Charlas informativas
- b.- Foros
- c.- Talleres
- d.- Actividades recreativas
- e.- Convivencias
- f.- Otros _____

CUESTIONARIO

- El siguiente cuestionario es un instrumento de recolección de datos, busca recabar información precisa con fines netamente académicos. La información recabada será de carácter confidencial y para uso exclusivo del investigador.
- Por favor lea atentamente cada pregunta antes de responderla.
- Encierre en un círculo la opción de su preferencia.
- En las preguntas donde tenga que explicar, razonar y especificar por favor exprese sus ideas en oraciones breves.
- Se le agradece realizar el cuestionario de forma individual.

1.- ¿Desde hace cuánto tiempo mantiene vinculación directa con ASODECO?

- a.- Un año
 b.- Dos años
c.- Tres años
d.- Cuatro años o más

2.- ¿Cuánto tiempo le dedica a la semana a leer material informativo sobre discapacidad?

- a.- Media hora
c.- Dos horas
 d.- Una hora

3.- ¿En cuáles de las siguientes actividades organizadas por ASODECO, Ud. ha participado?

- a.- Programa de Transición Laboral
c.- Restauración de infraestructura
 d.- Voluntariado
e.- Asesoría

4.- De los siguientes programas, ¿cuál vincula con ASODECO?

- a.- Campañas de recaudación de fondos
c.- "Perfil del preparador laboral"
 b.- "Creando Independencia"
d.- "Corazones Blancos"

5.- ¿Cuál es el nombre de la directora de ASODECO?

- a.- Mónica Castro Russián
c.- María Susana Padrón de Grasso
b.- Morelia Flores
 d.- Nelly Goncalves

6.- De las frases siguientes, ¿cuál relaciona con la misión de ASODECO?

- a. "...hemos visto la capacitación profesional como una piedra angular en este trabajo..."
 b. "...búsqueda constante del mejoramiento de la calidad de vida de las personas con discapacidad..."
c. "Mejorar la calidad de vida y reivindicar los derechos de las personas con Discapacidad Intelectual..."

7.- ¿Qué tipo de información le gustaría recibir por parte de ASODECO? (Puede seleccionar al menos tres)

- a.- Programas de formación
 c.- Reportajes sobre Salud
e.- Alianzas con otras instituciones
g.- Talleres dictados por profesionales
i.- Otro _____
 b.- Convocatoria a actividades a realizar
d.- Invitación a charlas informativas
f.- Jornadas de participación
h.- Torneos de juegos deportivos

8.- Le gustaría recibir de ASODECO:

- a.- Tips informativos
- b.- Artículos de opinión
- c.- Reportajes de investigación
- d.- Reseñas gráficas de actividades
- e.- Crónicas
- f.- Perfiles

9.- ¿A través de cuál medio preferiría recibir esta información?

- a.- Página Web
- b.- Medio audiovisual
- c.- Medios impresos
- d.- Eventos
- e.- Reuniones

10.- En cuanto a medios impresos, ¿qué tipo de publicación preferiría?

- a.- Tríptico
- b.- Periódico
- c.- Revista
- d.- Folleto informativo

11.- ¿Habitualmente consulta la información publicada en las carteleras de ASODECO?

a.- Sí

¿Por qué?

b.- No

El papá de Tadeo tiene una colección de fotos que me le transmite.

12.- ¿Cuál de los siguientes formatos de medios audiovisuales le resultaría más apropiado para difundir información sobre ASODECO?

- a.- Noticieros radiales
- b.- Videos institucionales
- c.- Apariciones en TV
- d.- Micros radiales

13.- ¿Con qué frecuencia le gustaría recibir información de ASODECO?

a.- Mensual

c.- Semanal

e.- Nunca

b.- Quincenal

d.- Diario

14.- A cuál de los siguientes eventos le gustaría asistir?

a.- Charlas informativas

c.- Talleres

e.- Convivencias

b.- Foros

d.- Actividades recreativas

f.- Otros _____

CUESTIONARIO

- El siguiente cuestionario es un instrumento de recolección de datos, busca recabar información precisa con fines netamente académicos. La información recabada será de carácter confidencial y para uso exclusivo del investigador.
- Por favor lea atentamente cada pregunta antes de responderla.
- Encierre en un círculo la opción de su preferencia.
- En las preguntas donde tenga que explicar, razonar y especificar por favor exprese sus ideas en oraciones breves.
- Se le agradece realizar el cuestionario de forma individual.

1.- ¿Desde hace cuánto tiempo mantiene vinculación directa con ASODECO?

- a.- Un año
c.- Tres años
b.- Dos años
d.- Cuatro años o más

2.- ¿Cuánto tiempo le dedica a la semana a leer material informativo sobre discapacidad?

- a.- Media hora
c.- Dos horas
b.- Una hora

3.- ¿En cuáles de las siguientes actividades organizadas por ASODECO, Ud. ha participado?

- a.- Programa de Transición Laboral
c.- Restauración de infraestructura
b.- Voluntariado
d.- Asesoría

4.- De los siguientes programas, ¿cuál vincula con ASODECO?

- a.- Campañas de recaudación de fondos
c.- "Perfil del preparador laboral"
b.- "Creando Independencia"
d.- "Corazones Blancos"

5.- ¿Cuál es el nombre de la directora de ASODECO?

- a.- Mónica Castro Russián
c.- María Susana Padrón de Grasso
b.- Morelia Flores
d.- Nelly Goncalves

6.- De las frases siguientes, ¿cuál relaciona con la misión de ASODECO?

- a. "...hemos visto la capacitación profesional como una piedra angular en este trabajo..."
b. "...búsqueda constante del mejoramiento de la calidad de vida de las personas con discapacidad..."
c. "Mejorar la calidad de vida y reivindicar los derechos de las personas con Discapacidad Intelectual..."

7.- ¿Qué tipo de información le gustaría recibir por parte de ASODECO? (Puede seleccionar al menos tres)

- a.- Programas de formación
c.- Reportajes sobre Salud
e.- Alianzas con otras instituciones
g.- Talleres dictados por profesionales
i.- Otro _____
b.- Convocatoria a actividades a realizar
d.- Invitación a charlas informativas
f.- Jornadas de participación
h.- Tareas de juegos deportivos

8.- Le gustaría recibir de ASODECO:

- a.- Tips informativos
- b.- Artículos de opinión
- c.- Reportajes de investigación
- d.- Reseñas gráficas de actividades
- e.- Crónicas
- f.- Perfiles

9.- ¿A través de cuál medio preferiría recibir esta información?

- a.- Página Web
- b.- Medio audiovisual
- c.- Medios impresos
- d.- Eventos
- e.- Reuniones

10.- En cuanto a medios impresos, ¿qué tipo de publicación preferiría?

- a.- Tríptico
- b.- Periódico
- c.- Revista
- d.- Folleto informativo

11.- ¿Habitualmente consulta la información publicada en las carteleras de ASODECO?

- a.- Sí
 - b.- No
- ¿Por qué? _____

12.- ¿Cuál de los siguientes formatos de medios audiovisuales le resultaría más apropiado para difundir información sobre ASODECO?

- a.- Noticieros radiales
- b.- Videos institucionales
- c.- Apariciones en TV
- d.- Micros radiales

13.- ¿Con qué frecuencia le gustaría recibir información de ASODECO?

- a.- Mensual
- b.- Quincenal
- c.- Semanal
- d.- Diario
- e.- Nunca

14.- A cuál de los siguientes eventos le gustaría asistir?

- a.- Charlas informativas
- b.- Foros
- d.- Actividades recreativas
- c.- Talleres
- f.- Otros _____
- e.- Convivencias

CUESTIONARIO

- El siguiente cuestionario es un instrumento de recolección de datos, busca recabar información precisa con fines netamente académicos. La información recabada será de carácter confidencial y para uso exclusivo del investigador.
- Por favor lea atentamente cada pregunta antes de responderla.
- Encierre en un círculo la opción de su preferencia.
- En las preguntas donde tenga que explicar, razonar y especificar por favor exprese sus ideas en oraciones breves.
- Se le agradece realizar el cuestionario de forma individual.

1.- ¿Desde hace cuánto tiempo mantiene vinculación directa con ASODECO?

- a.- Un año
b.- Dos años
c.- Tres años
d.- Cuatro años o más

2.- ¿Cuánto tiempo le dedica a la semana a leer material informativo sobre discapacidad?

- a.- Media hora
b.- Una hora
c.- Dos horas

3.- ¿En cuáles de las siguientes actividades organizadas por ASODECO, Ud. ha participado?

- a.- Programa de Transición Laboral
b.- Voluntariado
c.- Restauración de infraestructura
d.- Asesoría

4.- De los siguientes programas, ¿cuál vincula con ASODECO?

- a.- Campañas de recaudación de fondos
b.- "Creando Independencia"
c.- "Perfil del preparador laboral"
d.- "Corazones Blancos"

5.- ¿Cuál es el nombre de la directora de ASODECO?

- a.- Mónica Castro Russián
b.- Morelia Flores
c.- María Susana Padrón de Grasso
d.- Nelly Goncalves

6.- De las frases siguientes, ¿cuál relaciona con la misión de ASODECO?

- a. "...hemos visto la capacitación profesional como una piedra angular en este trabajo..."
b. "...búsqueda constante del mejoramiento de la calidad de vida de las personas con discapacidad..."
c. "Mejorar la calidad de vida y reivindicar los derechos de las personas con Discapacidad Intelectual..."

7.- ¿Qué tipo de información le gustaría recibir por parte de ASODECO? (Puede seleccionar al menos tres)

- a.- Programas de formación
b.- Convocatoria a actividades a realizar
c.- Reportajes sobre Salud
d.- Invitación a charlas informativas
e.- Alianzas con otras instituciones
f.- Jornadas de participación
g.- Talleres dictados por profesionales
h.- Toreos de juegos deportivos
i.- Otro _____

8.- Le gustaría recibir de ASODECO:

- a.- Tips informativos
- c.- Reportajes de investigación
- e.- Crónicas
- b.- Artículos de opinión
- d.- Reseñas gráficas de actividades
- f.- Perfiles

9.- ¿A través de cuál medio preferiría recibir esta información?

- a.- Página Web
- c.- Medios impresos
- e.- Reuniones
- b.- Medio audiovisual
- d.- Eventos

10.- En cuanto a medios impresos, ¿qué tipo de publicación preferiría?

- a.- Tríptico
- c.- Revista
- b.- Periódico
- d.- Folleto informativo

11.- ¿Habitualmente consulta la información publicada en las carteleras de ASODECO?

a.- Sí

b.- No
¿Por qué? Actualmente no visito mucho ASODECO

12.- ¿Cuál de los siguientes formatos de medios audiovisuales le resultaría más apropiado para difundir información sobre ASODECO?

- a.- Noticieros radiales
- c.- Apariciones en TV
- b.- Videos institucionales
- d.- Micros radiales

13.- ¿Con qué frecuencia le gustaría recibir información de ASODECO?

- a.- Mensual
- c.- Semanal
- e.- Nunca
- b.- Quincenal
- d.- Diario

14.- A cuál de los siguientes eventos le gustaría asistir?

- a.- Charlas informativas
- c.- Talleres
- e.- Convivencias
- b.- Foros
- d.- Actividades recreativas
- f.- Otros _____

Juan Rivas P.
[Signature]

CUESTIONARIO

- El siguiente cuestionario es un instrumento de recolección de datos, busca recabar información precisa con fines netamente académicos. La información recabada será de carácter confidencial y para uso exclusivo del investigador.
- Por favor lea atentamente cada pregunta antes de responderla.
- Encierre en un círculo la opción de su preferencia.
- En las preguntas donde tenga que explicar, razonar y especificar por favor exprese sus ideas en oraciones breves.
- Se le agradece realizar el cuestionario de forma individual.

1.- ¿Desde hace cuánto tiempo mantiene vinculación directa con ASODECO?

- a.- Un año
b.- Dos años
c.- Tres años
d.- Cuatro años o más

2.- ¿Cuánto tiempo le dedica a la semana a leer material informativo sobre discapacidad?

- a.- Media hora
b.- Una hora
c.- Dos horas

Muy poco.

3.- ¿En cuáles de las siguientes actividades organizadas por ASODECO, Ud. ha participado?

- a.- Programa de Transición Laboral
b.- Voluntariado
c.- Restauración de infraestructura
d.- Asesoría

4.- De los siguientes programas, ¿cuál vincula con ASODECO?

- a.- Campañas de recaudación de fondos
b.- "Creando Independencia"
c.- "Perfil del preparador laboral"
d.- "Corazones Blancos"

5.- ¿Cuál es el nombre de la directora de ASODECO?

- a.- Mónica Castro Russián
b.- Morelia Flores
c.- María Susana Padrón de Grasso
d.- Nelly Goncalves

6.- De las frases siguientes, ¿cuál relaciona con la misión de ASODECO?

- a. "...hemos visto la capacitación profesional como una piedra angular en este trabajo..."
b. "...búsqueda constante del mejoramiento de la calidad de vida de las personas con discapacidad..."
c. "Mejorar la calidad de vida y reivindicar los derechos de las personas con Discapacidad Intelectual..."

7.- ¿Qué tipo de información le gustaría recibir por parte de ASODECO? (Puede seleccionar al menos tres)

- a.- Programas de formación
b.- Convocatoria a actividades a realizar
c.- Reportajes sobre Salud
d.- Invitación a charlas informativas
e.- Alianzas con otras instituciones
f.- Jornadas de participación
g.- Talleres dictados por profesionales
h.- Tareas de juegos deportivos
i.- Otro _____

8.- Le gustaría recibir de ASODECO:

- a.- Tips informativos
- c.- Reportajes de investigación
- e.- Crónicas
- b.- Artículos de opinión
- d.- Reseñas gráficas de actividades
- f.- Perfiles

9.- ¿A través de cuál medio preferiría recibir esta información?

- a.- Página Web
- c.- Medios impresos
- e.- Reuniones
- b.- Medio audiovisual
- d.- Eventos

10.- En cuanto a medios impresos, ¿qué tipo de publicación preferiría?

- a.- Tríptico
- c.- Revista
- b.- Periódico
- d.- Folleto informativo

11.- ¿Habitualmente consulta la información publicada en las carteleras de ASODECO?

- a.- Sí
- b.- No

¿Por qué? *Para estar informada de los eventos o cambios que ocurren en la programación*

12.- ¿Cuál de los siguientes formatos de medios audiovisuales le resultaría más apropiado para difundir información sobre ASODECO?

- a.- Noticieros radiales
- c.- Apariciones en TV
- b.- Videos institucionales
- d.- Micros radiales

13.- ¿Con qué frecuencia le gustaría recibir información de ASODECO?

- a.- Mensual
- c.- Semanal
- e.- Nunca
- b.- Quincenal
- d.- Diario

14.- A cuál de los siguientes eventos le gustaría asistir?

- a.- Charlas informativas
- c.- Talleres
- e.- Convivencias
- b.- Foros
- d.- Actividades recreativas
- f.- Otros _____

8.- Le gustaría recibir de ASODECO:

- a.- Tips informativos
- b.- Artículos de opinión
- c.- Reportajes de investigación
- d.- Reseñas gráficas de actividades
- e.- Crónicas
- f.- Perfiles

9.- ¿A través de cuál medio preferiría recibir esta información?

- a.- Página Web
- b.- Medio audiovisual
- c.- Medios impresos
- d.- Eventos
- e.- Reuniones

10.- En cuanto a medios impresos, ¿qué tipo de publicación preferiría?

- a.- Tríptico
- b.- Periódico
- c.- Revista
- d.- Folleto informativo

11.- ¿Habitualmente consulta la información publicada en las carteleras de ASODECO?

- a.- Sí
 - b.- No
- ¿Por qué? _____

12.- ¿Cuál de los siguientes formatos de medios audiovisuales le resultaría más apropiado para difundir información sobre ASODECO?

- a.- Noticieros radiales
- b.- Videos institucionales
- c.- Apariciones en TV
- d.- Micros radiales

13.- ¿Con qué frecuencia le gustaría recibir información de ASODECO?

- a.- Mensual
- b.- Quincenal
- c.- Semanal
- d.- Diario
- e.- Nunca

14.- A cuál de los siguientes eventos le gustaría asistir?

- a.- Charlas informativas
- b.- Foros
- c.- Talleres
- d.- Actividades recreativas
- e.- Convivencias
- f.- Otros _____

CUESTIONARIO

- El siguiente cuestionario es un instrumento de recolección de datos, busca recabar información precisa con fines netamente académicos. La información recabada será de carácter confidencial y para uso exclusivo del investigador.
- Por favor lea atentamente cada pregunta antes de responderla.
- Encierre en un círculo la opción de su preferencia.
- En las preguntas donde tenga que explicar, razonar y especificar por favor exprese sus ideas en oraciones breves.
- Se le agradece realizar el cuestionario de forma individual.

1.- ¿Desde hace cuánto tiempo mantiene vinculación directa con ASODECO?

- a.- Un año
 c.- Tres años
b.- Dos años
d.- Cuatro años o más

2.- ¿Cuánto tiempo le dedica a la semana a leer material informativo sobre discapacidad?

- a.- Media hora
c.- Dos horas
b.- Una hora

3.- ¿En cuáles de las siguientes actividades organizadas por ASODECO, Ud. ha participado?

- a.- Programa de Transición Laboral
c.- Restauración de infraestructura
 b.- Voluntariado
d.- Asesoría

4.- De los siguientes programas, ¿cuál vincula con ASODECO?

- a.- Campañas de recaudación de fondos
 c.- "Perfil del preparador laboral"
 b.- "Creando Independencia"
d.- "Corazones Blancos"

5.- ¿Cuál es el nombre de la directora de ASODECO?

- a.- Mónica Castro Russián
c.- María Susana Padrón de Grasso
b.- Morelia Flores
 d.- Nelly Goncalves

6.- De las frases siguientes, ¿cuál relaciona con la misión de ASODECO?

- a. "...hemos visto la capacitación profesional como una piedra angular en este trabajo..."
b. "...búsqueda constante del mejoramiento de la calidad de vida de las personas con discapacidad..."
 c. "Mejorar la calidad de vida y reivindicar los derechos de las personas con Discapacidad Intelectual..."

7.- ¿Qué tipo de información le gustaría recibir por parte de ASODECO? (Puede seleccionar al menos tres)

- a.- Programas de formación
c.- Reportajes sobre Salud
e.- Alianzas con otras instituciones
 g.- Talleres dictados por profesionales
i.- Otro _____
b.- Convocatoria a actividades a realizar
d.- Invitación a charlas informativas
f.- Jornadas de participación
 h.- Toreos de juegos deportivos

8.- Le gustaría recibir de ASODECO:

- a.- Tips informativos
- b.- Artículos de opinión
- c.- Reportajes de investigación
- d.- Reseñas gráficas de actividades
- e.- Crónicas
- f.- Perfiles

9.- ¿A través de cuál medio preferiría recibir esta información?

- a.- Página Web
- b.- Medio audiovisual
- c.- Medios impresos
- d.- Eventos
- e.- Reuniones

10.- En cuanto a medios impresos, ¿qué tipo de publicación preferiría?

- a.- Tríptico
- b.- Periódico
- c.- Revista
- d.- Folleto informativo

11.- ¿Habitualmente consulta la información publicada en las carteleras de ASODECO?

- a.- Sí
- b.- No

¿Por qué? NO TENEMOS TIEMPO.

12.- ¿Cuál de los siguientes formatos de medios audiovisuales le resultaría más apropiado para difundir información sobre ASODECO?

- a.- Noticieros radiales
- b.- Videos institucionales
- c.- Apariciones en TV
- d.- Micros radiales

13.- ¿Con qué frecuencia le gustaría recibir información de ASODECO?

- a.- Mensual
- c.- Semanal
- b.- Quincenal
- d.- Diario
- e.- Nunca

14.- A cuál de los siguientes eventos le gustaría asistir?

- a.- Charlas informativas
- b.- Foros
- c.- Talleres
- d.- Actividades recreativas
- e.- Convivencias
- f.- Otros _____