



Universidad Católica Andrés Bello
Facultad de Humanidades y Educación
Escuela de Comunicación Social
Mención Comunicaciones Publicitarias
Trabajo de grado

**ANÁLISIS DE LA ESTRATEGIA COMUNICACIONAL EMPLEADA POR LA
ALCALDÍA DE SUCRE PARA DAR A CONOCER EL PLAN PROGRESA EN LA
COMUNIDAD DE PETARE NORTE**

Tesista:

Mendoza Saavedra, Mariangela Alicia

Tutora:

Mg. Lorena Arraiz Rodríguez

Caracas, 05 de septiembre de 2014

Planilla de evaluación

Fecha: 05/09/2014

Escuela de Comunicación Social

Universidad Católica Andrés Bello

En nuestro carácter de Jurado Examinador del Trabajo de Grado titulado:

ANÁLISIS DE LA ESTRATEGIA COMUNICACIONAL EMPLEADA POR LA ALCALDÍA DE SUCRE PARA DAR A CONOCER EL PLAN PROGRESA EN LA COMUNIDAD DE PETARE NORTE

dejamos constancia de que una vez revisado y sometido éste a presentación y evaluación, se le otorga la siguiente calificación:

Calificación Final: En números _____ En letras: _____

Observaciones _____

Nombre:

Presidente del Jurado

Tutor

Jurado

Firma:

Presidente del Jurado

Tutor

Jurado

*A los que se quedan.
A los que nos vamos con la esperanza de volver.*

AGRADECIMIENTOS

En especial, agradezco al profesor Jorge Ezenarro por alentarme a abordar este tema y seguirme apoyando durante el desarrollo de la investigación a pesar de los altos y bajos.

A mi tutora, Lorena Arraiz, quien con paciencia y en poco tiempo creyó en este proyecto.

A la Alcaldía de Sucre, en especial a Diego Area, Betty Díaz y Theodoro Toukoumidis de la Dirección de Desarrollo Social, a quienes agradezco su disposición para ayudar e interés genuino en este proyecto. De igual manera a Francisco Moreno, de la Dirección de Salud, a quien agradezco no solo su disposición sino también sus consejos.

Gracias a mi familia. A mi papá por entender que Comunicación Social es mi camino para lograr mis metas. A mi mamá por el apoyo incondicional de siempre, por los Toddys en la madrugada y por acompañarme siempre en mis trasnochos.

A Alejandra, Alexandra, Carlota, Daniella, Mariale y Vanessa, quienes me apoyaron, aconsejaron y me brindaron una amistad incondicional durante toda la universidad. Mi paso por Venezuela no hubiese sido lo mismo sin ustedes.

A UCAB HNMUN, for letting me walk among giants, for teaching me that when the going gets tough the tough get going and for reminding me every day to get up and win the race.

A los amigos que me acompañaran hasta en la *Senectitud*.

A la Universidad Católica Andrés Bello por forjar en mi valores que llevaré conmigo toda la vida.

Y finalmente a Venezuela, gracias por estos diez años y todo lo que me llevo de ellos.

RESUMEN

La presente investigación estudia la manera en que la estrategia comunicacional de medios empleada por la Alcaldía de Sucre para su programa de políticas públicas de desarrollo social, el *Plan Progresar*, incidió en la intención aceptación y posicionamiento de las mujeres entre 18 y 30 años de edad habitantes de dos comunidades de Petare Norte, con la finalidad de optimizar el alcance social de la estrategia comunicacional y captación de participantes de los programas.

La investigación permite determinar el nivel de aceptación y posicionamiento a la estrategia comunicacional antes mencionada, así como los medios de comunicación preferidos por la población femenina en cuestión. Con la aplicación de instrumentos como el *focus group* y entrevistas semi-estructuradas, utilizando como base la Teoría de los flujos múltiples de Lazarsfeld (1955).

ÍNDICE GENERAL

INTRODUCCIÓN.....	11
I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	14
1.1 Descripción del problema	14
1.2 Justificación de la investigación	15
1.3 Delimitación de la investigación	16
II. MARCO CONCEPTUAL	17
2.1 La comunicación.....	17
2.2 Medios de comunicación social	19
2.2.1 Medios convencionales	20
2.2.2 Medios no convencionales	21
2.3 Estrategia Comunicacional.....	21
2.4 Análisis y segmentación de la audiencia.....	22
2.4.1 Variables demográficas.....	22
2.4.2 Variables psicográficas	23
2.4.3 Posicionamiento	23
2.4.4 Efectividad	24
2.5 Desarrollo Social.....	25
2.6 Pobreza	26
2.7 Teoría del flujo de múltiples pasos	27
III. MARCO REFERENCIAL.....	29
a. Referentes internacionales.....	29
3.1 El Municipio Sucre.....	31
3.1.1 Petare Norte	32
3.2 La Alcaldía de Sucre	32
3.2.1 Dirección de Desarrollo Social	33
3.2.2 Dirección de Salud	34
3.2.3 Asociación Civil.....	35
3.2.4 Promotor	35
3.3 El Plan Progresá	36
3.3.1 Crece y Progresá	39
3.3.2 Contróláte y Progresá.....	40

IV. MARCO METODOLÓGICO	43
4.1 Modalidad de la investigación	43
4.2 Tipo de investigación y diseño.....	43
4.3 Objetivo General	45
4.4 Objetivos Específicos.....	45
4.5 Variables	46
4.5.1 Operacionalización de las variables.....	46
4.6 Unidades de observación de análisis.....	48
4.6.1 Participantes de Plan Progresas	49
4.6.2 No Participantes de Plan Progresas	49
4.6.3 Expertos en sociología y comunicación estratégica.....	49
4.6.4 Funcionarios de la Alcaldía de Sucre.....	50
4.7 Población y muestra	50
4.7.1 Participantes de Plan Progresas	51
4.7.2 No Participantes de Plan Progresas	51
4.7.3 Expertos en sociología y comunicación estratégica.....	51
4.7.4 Funcionarios de la Alcaldía de Sucre.....	52
4.8 Instrumentos	52
4.8.1 Entrevistas semi-estructuradas.....	52
4.8.2 Focus group.....	55
4.9 Validación del instrumento	59
4.10 Ajustes	59
4.11 Instrumento de presentación de datos.....	60
4.11.1 Instrumento de presentación de datos entrevistas a expertos.....	60
4.11.3 Instrumento de presentación de datos Focus Group	62
V. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS.....	65
5.1 Entrevistas a expertos	65
5.2 Focus group.....	72
5.2.1 Focus group Crece y Progresas	72
5.2.2 Focus group Contróláte y Progresas.....	80
5.2.3 Focus group No Participantes	83
VI. ANÁLISIS DE RESULTADOS.....	86
6.1 Análisis de entrevistas a expertos y funcionarios de la Alcaldía de Sucre	86
6.1.1 Comunicación estratégica de programas de ayuda enfocados en la mujer.....	86
6.1.2 Idiosincrasia venezolana	88

6.1.3 Medios adecuados para la transmisión de programas de ayuda social	89
6.1.4 Características de participantes de programas de ayuda social.....	91
6.1.7 Dificultades presentadas al implementar dichas estrategias	94
6.2 Análisis de contenido de focus groups	94
6.2.1 Análisis Crece y Progresa	95
6.2.2 Análisis Contróláte y Progresa.....	100
6.2.3 Análisis No Participantes.....	103
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	107
REFERENCIAS	111
ANEXOS	116
Anexo A	116
Anexo B	119
Anexo C	122
Anexo D	125
Anexo E	127
Anexo F.....	137
Anexo G.....	144
Anexo H.....	152
Anexo I	156

INDICE DE TABLAS

<i>Tabla 1. Operacionalización de variables</i>	<i>47</i>
<i>Tabla 2. Matriz entrevistas a expertos en comunicación estratégica y sociología.....</i>	<i>60</i>
<i>Tabla 3. Matriz entrevistas a funcionarios de la Alcaldía de Sucre</i>	<i>61</i>
<i>Tabla 4. Matriz Focus Group - Crece y Progresá</i>	<i>62</i>
<i>Tabla 5. Matriz Focus Group - Contróláte y Progresá</i>	<i>63</i>
<i>Tabla 6. Matriz Focus Group - No participantes.....</i>	<i>63</i>
<i>Tabla 7. Matriz de resultados entrevistas a expertos en sociología y comunicación estratégica .</i>	<i>66</i>
<i>Tabla 8. Matriz de resultados entrevistas funcionarios de la Alcaldía de Sucre.....</i>	<i>69</i>
<i>Tabla 9. Matriz de resultados Focus Group madres cuidadoras</i>	<i>73</i>
<i>Tabla 10. Matriz de resultados Focus Group madres</i>	<i>78</i>
<i>Tabla 11. Matriz de resultados Focus Group Contróláte y Progresá</i>	<i>80</i>
<i>Tabla 12. Matriz de resultados Focus Group No Participantes</i>	<i>84</i>

INDICE DE FIGURAS

<i>Figura 1. Organigrama estructural Alcaldía de Sucre</i>	33
<i>Figura 2. Logo Plan Progresá</i>	38

INTRODUCCIÓN

Con un 55,6 por ciento de los votos, Ocariz fue electo como el primer alcalde de tendencia opositora desde el comienzo del gobierno de Chávez, en un municipio con un gran porcentaje de adeptos al oficialismo y cuya parroquia capital, Petare, es la zona popular más grande de América Latina. Su gestión ha estado enfocada en el desarrollo social de las comunidades con menos recursos, a través de programas sociales coordinados por la Fundación para el Desarrollo Integral de los Servicios Públicos del Municipio Sucre (FUNDASUCRE).

La Alcaldía de Sucre se caracteriza por su visión de elevar la calidad de vida de sus ciudadanos a través de la implementación de un modelo inclusivo de gestión social participativa. Con la misión de alcanzar el máximo bienestar social a través de la participación ciudadana, impulsando diversos programas sociales como el *Plan Progresar*, que busca promover los derechos y garantías de los sucrenses, en especial, los de las personas más necesitadas que habitan en el Municipio. Este programa comprende 11 planes de asistencia en salud, alimentación, educación, deporte e infraestructura, para que las madres, jóvenes, niños y ancianos puedan tener una mejor calidad de vida y progresar.

Por lo general, quienes tienen la intención de participar en los programas mencionados son madres, debido a que ellas están centradas en el porvenir de sus hijos. De igual manera, es usual que las personas que hacen actividades dentro de su comunidad, sean también las encargadas del día a día en su casa. Así mismo, tengan tiempo que les permita estar en contacto con lo que sucede en su comunidad, lo cual las hace propensas a participar en programas sociales.

Por esta razón, la finalidad del presente Trabajo de Grado radica en determinar la forma en la que este importante sector de la población venezolana percibe la comunicación empleada por la Alcaldía de Sucre, particularmente, a través de la incidencia de su estrategia comunicacional en la participación y aceptación de mujeres, entre 18 y 30 años, como se explica con detalle en el Capítulo I, denominado Planteamiento del Problema.

El Marco Conceptual, Capítulo II, presenta conocimientos fundamentales para el estudio del tema, como la estrategia de comunicación, el desarrollo social, y los medios de comunicación entre otros. Por otro lado, el Marco Referencial, Capítulo III, nos contextualiza en el ámbito de las políticas públicas enfocadas en el desarrollo social, narra también los propósitos de Plan Progresía desde sus inicios, el enfoque seleccionado hacia cumplir los objetivos de desarrollo del milenio, las características de los programas dentro del proyecto macro y la estrategia comunicacional pensada para cada uno de ellos.

La información para elaborar dicho apartado se obtuvo a partir de documentos oficiales de la Alcaldía de Sucre y entrevistas a profundidad realizadas a miembros de las direcciones de la Alcaldía que lideran los programas Crece y Progresía así como Contrólale y Progresía, las cuales permiten completar la escasa bibliografía existente.

Con la aplicación de instrumentos de investigación como el grupo focal, para profundizar en las percepciones y opiniones del público objetivo así como entrevistas semi-estructuradas a expertos en sociología y comunicación social al igual que a aquellos involucrados en el desarrollo y aplicación de cada programa, presentados en el Marco Metodológico, Capítulo IV, se logró obtener las respuestas necesarias para la elaboración del análisis final.

El Capítulo V, bajo el nombre Presentación de Resultados, presenta los datos compilados a través de los instrumentos de investigación, mediante matrices de comparación de respuestas para el grupo focal y entrevistas, permitiendo una mejor visualización de los hallazgos de la investigación.

Posteriormente, el Análisis de Resultados, Capítulo VI, presenta la discusión de las respuestas obtenidas, análisis guiado por la teoría de los flujos múltiples la cual concluye que los líderes de opinión tiene una mayor incidencia en las masas que los medios de comunicación y sirven como intermediarios para difundir el mensaje deseado.

Para finalizar, el principal aporte de este trabajo, reflejado en las conclusiones y recomendaciones como un gran compilado de los hallazgos más destacados obtenidos de la presente investigación, es de servir como una base teórica de información que se considera oportuna para el desarrollo de nuevas estrategias comunicacionales de programas de ayuda social.

I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Descripción del problema

En 1990, en el contexto del proceso de descentralización iniciado en el ámbito nacional, el Distrito Sucre adquiere la categoría de Municipio Autónomo y sus Parroquias la de Municipios. En 1993 se suscitan cambios en el ámbito de la nación. En el marco de la reforma, el Municipio Sucre conserva su rango de entidad autónoma, pero no así su organización territorial ya que el Municipio Foráneo Chacao, que antes formaba parte del Municipio Sucre, adquiere el rango de Municipio Autónomo. En la actualidad el Municipio Sucre está conformado por cinco Parroquias: Petare, como parroquia capital, La Dolorita, Fila de Mariche, Caucagüita y Leoncio Martínez.

Desde el comienzo de la gestión del ex presidente Hugo Rafael Chávez Frías, el Municipio Sucre fue gobernado por el partido oficialista MVR, con triunfos electorales del 50,91%. Sin embargo, en el año 2008, el partido político Primero Justicia lanza, como candidato a la Alcaldía del Municipio Sucre, a uno de sus miembros fundadores, Carlos Ocariz, quien comenzó su carrera política en 1996 como parte del equipo del entonces gobernador de Miranda, Enrique Mendoza.

Con un 55,6 por ciento de los votos, Ocariz fue electo como el primer alcalde de tendencia opositora desde el comienzo del gobierno de Chávez, en un municipio con un gran porcentaje de adeptos al oficialismo y cuya parroquia capital, Petare, es la zona popular más grande de América Latina. Su gestión ha estado enfocada en el desarrollo social de las comunidades con menos recursos, a través de programas sociales coordinados por la Fundación para el Desarrollo Integral de los Servicios Públicos del Municipio Sucre (FUNDASUCRE).

La Alcaldía de Sucre se caracteriza por su visión de elevar la calidad de vida de sus ciudadanos a través de la implementación de un modelo inclusivo de gestión social participativa. Con la misión de alcanzar el máximo bienestar social a través de la participación ciudadana, impulsando diversos programas sociales como el *Plan Progresar*, que busca promover los derechos y garantías de los sucrenses, en especial, los de las personas más necesitadas que habitan en el Municipio. Este programa comprende 11 planes de asistencia en salud, alimentación, educación, deporte e infraestructura, para que las madres, jóvenes, niños y ancianos puedan tener una mejor calidad de vida y progresar.

A través de esta investigación, se busca realizar un análisis sobre la incidencia de la estrategia comunicacional empleada por la Alcaldía de Sucre con su programa *Plan Progresar* en las mujeres petareñas con edades entre 18 años y 30 años, que habitan en la comunidad de Petare Norte, en términos de efectividad, posicionamiento y aceptación.

1.2 Justificación de la investigación

Al entender que la comunicación sobre las iniciativas de *Plan Progresar* y sus resultados son un componente importante para comprender si las acciones tomadas están teniendo efecto en las personas beneficiadas por el programa, la presente investigación pretende conocer de qué manera la estrategia comunicacional de medios planteada por la Alcaldía, incidió en las mujeres jóvenes durante el primer semestre del año 2014. Además de conocer las preferencias de medios de las mujeres jóvenes y su experiencia con las comunicaciones de la Alcaldía de Sucre, el estudio pretende profundizar en las posibles razones que llevan a este grupo de la población a participar y aceptar los programas de ayuda social ofrecidos por dicha institución.

El resultado de esta investigación no solo será un aporte para el organismo a estudiar, en tanto que les permitirá conocer la captación por parte de los sujetos del programa y mejorar sus comunicaciones con ellos y sobre el programa; sino que constituye un aporte para todas aquellas instituciones que buscan generar políticas públicas que fomenten el desarrollo comunitario.

La factibilidad de la investigación se ve determinada por el contacto con las personas que responderán las encuestas y a aquellas que formarán parte de los grupos focales. Fueron seleccionadas cuatro de las comunidades que conforman Petare Norte, lo cual hace más sencillo el proceso de investigación, al considerar que la comunidad de Petare tiene una gran extensión.

De igual forma, se tiene contacto con funcionarios de la Alcaldía de Sucre y que están dispuestos a colaborar. La mayoría residen en la ciudad de Caracas actualmente, y posiblemente, consideren esta investigación como un aporte a su crecimiento como institución.

1.3 Delimitación de la investigación

La investigación se lleva a cabo en la región metropolitana, específicamente en dos comunidades de Petare Norte. Durante un lapso de tiempo entre los meses de Junio y Agosto de 2014. Con un alcance a las mujeres de edades entre 18 y 30 años pertenecientes a las comunidades Antonio José de Sucre y La Alcabala.

Se analizarán aquellos programas que forman parte de *Plan Progresá*, que se dirijan directamente a las mujeres. En este caso serían las iniciativas, Crece y Progresá y Contróláte y Progresá.

II. MARCO CONCEPTUAL

2.1 La comunicación

Entendemos la comunicación como el fenómeno que nos permite socializar y establecer relaciones, formales e informales, con el resto de los miembros de la sociedad en la que vivimos. En su obra “Comprender la comunicación”, Antonio Pasquali (1978) explica que la comunicación es parte inexorable de la existencia del hombre, ya que sin ella la sociedad como tal no podría existir. El autor expone que:

El fenómeno comunicación - abultado en este siglo por el progreso científico - guarda profundas y esenciales relaciones extra tecnológicas con la sociología, la cultura, la política, el poder, la economía, la psicología individual y social, los códigos y formas expresivas, el derecho y, en general, con todas las ciencias y disciplinas antropológicas. (p.32)

Pasquali (1978), desarrolla la teoría que, como él mismo indica, ni si quiera el marxismo pudo librar, "Primero se da la estructura social y luego (por procesos de sucesivo refinamiento) todas las formas de cultura y de la comunicación, las cuales comenzarían a interactuar dialécticamente y de manera poco clara con la estructura de base" (Pasquali. 1978. p.43). Sin embargo, más adelante el autor explica que la concepción afirmada anteriormente no debe entenderse por sí sola, más bien debe verse más allá de lo dicho, aseverando que "la comunicación aparece en el instante mismo en que la estructura social comienza a configurarse" (p.43).

El autor establece, también, que la comunicación debe verse como un diálogo entre la emisión del mensaje y la decodificación del mismo. Esto esclarece los límites de la diferencia entre las dos dimensiones en las que se puede dividir el concepto de comunicación, información y

comunicación. Las cuales quedan definidas de la siguiente manera: “por Información debe entenderse todo proceso de envío unidireccional o bidireccional de información-orden a receptores predispuestos para una decodificación- interpretación excluyente, y para desencadenar respuestas programadas. Un doble flujo de información no es aún comunicación”. (p.50)

Por otro lado, define comunicación como, “la relación comunitaria humana consistente en la emisión-recepción de mensajes entre interlocutores en estado de total reciprocidad, siendo por ello un factor esencial de convivencia y un elemento determinante de las formas que asume la sociabilidad del hombre.” (p.51-52)

Por otra parte, para poder lograr un entendimiento más amplio sobre el concepto de comunicación y valorando los aportes al concepto de otros autores, el académico Jeremiah O’Sullivan (1996) concibe la comunicación como “un sentido más amplio, es decir, no solamente como el intercambio de noticias o mensajes sino también como el quehacer individual y colectivo que engloba el conjunto de las transferencias y el intercambio de ideas, hechos y datos” (p.16).

Finalmente, O’Sullivan (1996) también define en su obra, *La comunicación humana: grandes temas contemporáneos de la comunicación*, las funciones que esta misma está determinada a ejercer (p.16-17):

1. Información: tratamiento, recopilación y difusión de los mensajes o datos para comprender el entorno para tomas de decisiones.
2. Socialización: la construcción de un fondo común de conocimientos e ideas que permita al individuo integrarse a la sociedad.
3. Motivación: perseguir los objetivos de cada sociedad; promover las opciones y aspiraciones individuales; estimular las actividades individuales y colectivas orientadas hacia el alcance de objetivos comunes.
4. Debate y diálogo: facilitar el acuerdo o aclarar los puntos de vista sobre asuntos de interés público para la resolución de problemas.
5. Educación: transmitir los conocimientos.

6. Promoción cultural: difundir las obras artísticas y culturales para estimular la imaginación, la estética, la creatividad y preservar el patrimonio del pasado.
7. Esparcimiento: difundir actividades recreativas.
8. Integración: facilitar el acceso a la diversidad de mensajes para conocer y comprender al otro, entender las condiciones y las aspiraciones de los demás.

2.2 Medios de comunicación social

Entendiendo que la comunicación es un fenómeno que se produce entre seres humanos para dar a conocer información, existen herramientas a través de las cuales dicha información es transmitida. Estas herramientas son llamadas medios de comunicación social y su desarrollo a lo largo de la historia va estrechamente ligado con el progreso de la tecnología y las distintas culturas.

Humberto Eco define de una manera amplia a los medios de comunicación como, “una organización sistematizada de los códigos de comunicación” (Eco, 1977, en Cardoso, 2010, p.30).

El autor Marshall McLuhan (2009) ilustra que los medios de comunicación son una extensión del hombre. Explica que los medios de comunicación son una “simulación tecnológica de la conciencia, por la cual los procesos creativos del conocimiento se extenderán, colectiva y corporativamente, al conjunto de la sociedad humana, de un modo muy parecido a como ya hemos extendido nuestros sentidos y nervios...” (p.27).

Ladeira Prado, Cortizo Rodríguez y Sánchez Valle (2006), definen conceptualmente los medios de comunicación como:

Los servicios públicos esenciales de titularidad estatal de radiodifusión y televisión. Hace referencia a las redes de comunicación masiva entre los cuales se enumeran la prensa, radio, cine, televisión, discos, libros e Internet. Dado que el término hace referencia a comunicaciones impersonales y masivas, quedan excluidos instrumentos de comunicación tales como el teléfono. Así se ha dicho que los medios de comunicación social <<alcanzan a muchísimas personas simultáneamente o en cortos intervalos de tiempo>> (p.216)

También es importante resaltar que a través de los medios de comunicación social se transmiten diversos tipos de contenido, tal como los hechos noticiosos que ocurren dentro de una sociedad, publicidad y propaganda. Enrique Pérez del Campo (2002), describe a los medios publicitarios como, “los diferentes canales de comunicación a través de los cuales se transmiten los mensajes publicitarios. Comprenden solamente una parte de los canales de comunicación, precisamente aquellos que son de naturaleza impersonal y controlable.” (p.15)

Por último, los medios de comunicación social pueden ser clasificados en dos grandes grupos, los cuales serán presentados a continuación.

2.2.1 Medios convencionales

Los medios convencionales son aquellos que son utilizados tradicionalmente para difundir mensajes publicitarios y de propaganda. Usualmente son llamados medios *above the line*, ATL por sus siglas en inglés, que están comprendidos por aquellos que tienen un alcance masivo y son unidireccionales, tales como la televisión, la radio, la prensa, las revistas, las vallas e incluso el cine.

Enrique Pérez (2002) explica que este tipo de medios son “masivos e impersonales”, ya que, “se dirigen a la masa sin saber con exactitud quiénes están expuestos, en un momento dado, al mensaje ni posibilidad de personalizar el mismo” (p.15).

2.2.2 Medios no convencionales

Por otra parte, los medios no convencionales son conocidos como medios *Below The Line*, BTL por sus siglas en inglés, estos se caracterizan por ser directos y personalizados. Los medios más comunes son el telemarketing, la publicidad en punto de venta, promoción de ventas, ferias y exposiciones, patrocinio y promoción de eventos, las relaciones públicas y el mercadeo en línea. Los medios BTL permiten un acercamiento al público ya que su objetivo no es únicamente transmitir un mensaje, sino también fomentar una relación y generar una comunicación bidireccional.

Pérez (2002) afirma que los medios de comunicación no convencionales llevan a “desarrollar esfuerzos por diferenciar y hasta personalizar la oferta, debiendo empezar necesariamente por individualizar a los clientes efectivos y potenciales...” (p.17).

2.3 Estrategia Comunicacional

En *Planificación Estratégica*, concebida por varios autores, entre ellos, Antonio Monerri (2011), explica el concepto de estrategia comunicacional como,

“Conjunto de decisiones y prioridades basadas en el análisis y el diagnóstico que definen tanto la tarea como el modo de cumplirla por parte de las herramientas de comunicación disponibles. La estrategia de comunicación es a la vez una decisión, una intención y una estratagema. Prioriza objetivos y valora la información disponible tanto sobre el contenido o entidad objeto de comunicación, como sobre los sujetos receptores de esa comunicación, así como establece decisiones tanto en materia de contenidos como en la utilización de canales o herramientas de comunicación. La estrategia es un análisis, una ambición o intención y una decisión.” (p.26).

Por su parte, Billorou (1992), explica en su obra *Las comunicaciones de marketing*:

Ahora bien, se podría definir al plan estratégico de comunicación como un plan coherente que determina hechos y acciones específicos de comunicación que deben ser llevados a cabo para lograr plenamente y de la manera más eficiente, ordenada y armoniosa objetivos previamente determinados, de acuerdo con las posibilidades y recursos existentes (p.17)

2.4 Análisis y segmentación de la audiencia

Para conseguir resultados eficientes en el mercadeo y la comunicación, es muy importante la selección apropiada de la audiencia, es decir, el público al cual va dirigido el mensaje. Para poder seleccionar dicha audiencia, se debe tomar en consideración una serie de variables que serán seleccionadas de acuerdo al tipo de comunicación que se vaya a emplear, lo cual depende, a su vez, de las necesidades de cada audiencia.

2.4.1 Variables demográficas

Tal como lo menciona Solomon (2008), dentro del mercadeo existe la necesidad de categorizar a los consumidores en grupos con características similares de una o varias maneras. El autor explica, “los aspectos demográficos son estadísticas que miden los aspectos observables de una población” (Solomon, 2008, p.10).

Por otra parte, Kotler (2003), se refiere a las variables demográficas como una herramienta:

Para segmentar los mercados de consumo, los mercadólogos utilizan variables geográficas, demográficas y psicográficas relacionadas con las características del

consumidor(...)En la segmentación demográfica, el mercado se divide en grupos, con base en la edad, tamaño de familia, ciclo de vida familiar, sexo, ingreso, ocupación, educación, religión, raza, generación, nacionalidad y clase social (p.148-149).

2.4.2 Variables psicográficas

Para la segmentación de mercado no solamente se utilizan las variables demográficas, Solomon (2008), indica “los consumidores llevan estilos de vida muy diferentes, incluso si comparten otras características demográficas como el género o la edad” (Solomon, 2008, p.11), por lo cual existen también las variables psicográficas las cuales se refieren a “lo que pensamos sobre nosotros, los objetos que valoramos, lo que nos gusta hacer en nuestro tiempo libre o incluso aquello que nos hace sentir mejor, todos estos factores sirven para determinar qué productos presionarán nuestros botones.” (Solomon, 2008, p.11).

Así mismo, Kotler (2003), expone las variables psicográficas como:

Para segmentar los mercados de consumo, los mercadólogos utilizan variables geográficas, demográficas y psicográficas relacionadas con las características del consumidor(...)En la segmentación psicográfica, el mercado se divide en grupos, con base en el estilo de vida o personalidad y valores. Miembros del mismo grupo demográfico pueden exhibir perfiles psicográficos muy distintos (p.150).

2.4.3 Posicionamiento

El posicionamiento se refiere a la creación de una imagen mental de la oferta de productos y sus características distintivas en la mente del mercado meta. Esta imagen mental se basa en las diferencias reales o percibidas entre las ofertas de

productos [...] el posicionamiento es la percepción que tienen los consumidores sobre beneficios reales o imaginarios del producto. El proceso de crear una posición relativa favorable comprende varios pasos (Ferrell y Hartline, 2006, p.209):

- a. Identificar un mercado meta.
- b. Determinar las necesidades, deseos, preferencias y beneficios que busca el mercado meta.
- c. Analizar las características distintivas y el posicionamiento relativo de todos los competidores actuales y potenciales en el mercado meta.
- d. Comparar la posición de su oferta de productos con aquellas de sus competidores para cada necesidad, deseo, preferencia o beneficio clave que busca el mercado meta.
- e. Identificar una posición única que se enfoque en los beneficios para el cliente que la competencia ofrece en la actualidad.
- f. Desarrollar un programa de marketing para aprovechar la posición de la empresa y convencer a sus clientes que su oferta de productos cubrirá mejor sus necesidades.
- g. Evaluar de forma continua el mercado meta, la posición de la empresa, y la posición de las ofertas de los competidores para asegurarse de que el programa de marketing sigue avanzando y para identificar nuevas oportunidades de segmentación y posicionamiento.

2.4.4 Efectividad

El concepto de efectividad puede verse como, “hacer las cosas que deben hacerse [...] por ejemplo, los cambios que afectan las relaciones entre la organización y su medio ambiente externo, afectan la efectividad de una organización (Álvarez Torres, 2006, p.27).

En cuanto a la efectividad de los medios de comunicación, Miguel Rodrigo Alsina (2001), explica en *Teorías de la comunicación: ámbitos, métodos y perspectiva*, que para que los medios de comunicación de masas obtengan efectividad a la hora de enviar un mensaje, estos deben tomar en cuenta y estar en sinergia con los siguientes factores:

1. Se produce un efecto de afianzamiento, por la suma de dos mensajes que, buscando los mismos objetivos, proceden de dos canales distintos.
2. La centralización de decisiones en los medios de comunicación aligera las responsabilidades de los subalternos, que llevan a cabo la comunicación cara a cara, en su tarea, ya que no lanzan el contenido propagandístico por sí mismos y pueden convencer a los conversos en potencia por los medios de comunicación.
3. La aparición de un representante del movimiento, campaña o producto, en los medios de comunicación sirve para legitimar y dar importancia a ellos y su objetivo. (p. 191)

2.5 Desarrollo Social

El desarrollo social es visto como un elemento clave para medir el desarrollo de un país altamente influenciado, a su vez, por el desarrollo económico. Para las Naciones Unidas, el desarrollo social consta como parte fundamental para garantizar la calidad de vida de las personas. Los parámetros por los cuales se mide el desarrollo social han sido definidos por varios sociólogos, economistas e incluso historiadores. El desarrollo social se refiere al mejoramiento de diferentes aspectos de la vida cotidiana, tales como desempleo, fragmentación social y pobreza persistente.

Para establecer una definición de desarrollo social más concreta, nos referimos a este extracto:

Con relación al término desarrollo, en su aspecto general, este hace referencia a la acción de hacer pasar una cosa del orden físico, intelectual o moral por una serie de estados sucesivos, cada uno de ellos más perfecto o más complejo que el anterior. Según Nisbet (1976, en Fernández et al, 2008), uno de los principales exponentes de la teoría de la evolución social plantea la idea y concepto de desarrollo como “aquella capacidad o potencialidad que lucha por realizarse”. Las principales premisas que sustentan la teoría de la evolución social toman, como metáfora de crecimiento, la analogía del cambio en la sociedad con el cambio en los procesos de crecimiento del organismo individual (Fernández et al, 2008, p.132).

2.6 Pobreza

La pobreza, desde el punto de vista meramente económico, se mide con las llamadas líneas de pobreza que establecen un ingreso mínimo para el hogar, medido de acuerdo a distintos métodos.

El concepto de pobreza ha variado según los cambios históricos de nuestra sociedad. A partir del siglo XX la pobreza comenzó a ser definida como la falta de prosperidad económica, sin embargo, gracias a las Naciones Unidas el concepto de pobreza fue adquiriendo un enfoque dual entre lo económico y lo social.

El Premio Nobel de Economía, Amartya Sen, actualiza el concepto de pobreza y establece que la pobreza significa la falta de capacidad de producir o realizar de la persona su potencial productivo. Este enfoque va más allá del ingreso privado, incluye la necesidad de servicios de salud, educación, y otros servicios básicos que la comunidad debe prestar (acceso al agua potable, servicios sanitarios, necesidad de empleo y participación).

Las Naciones Unidas toman este enfoque de la pobreza para establecer las directrices internacionales utilizadas para fomentar el desarrollo humano, el cual busca el desarrollo del ser humano en el ámbito económico, social y cultural.

2.7 Teoría del flujo de múltiples pasos

El sociólogo austriaco, Paul Lazarsfeld, dedicó varias de sus investigaciones a estudiar la influencia de los medios de comunicación en las masas. Federico Boni (2008) explica que los estudios de Lazarsfeld se concentran en “fenómenos sociales de crucial importancia como los procesos de toma de decisión en las campañas políticas y el papel del contexto social dentro del cual los procesos de comunicación de masas se concretizan” (p. 216). Bruni subraya también que “la eficacia de la comunicación de masas está causal y profundamente relacionada a procesos de comunicación no mediáticos, inherentes a la estructura social en la que vive el individuo” (p. 217).

Los estudios de Lazarsfeld resaltan la figura del líder de opinión y le otorga gran importancia en la relación entre los medios de comunicación y las masas, específicamente en su investigación publicada junto a Elihu Katz, *La influencia personal*, donde presentan la teoría de las dos etapas de la comunicación. Báez y Báez (2000) exponen:

El modelo del flujo de los dos pasos o dos etapas de la comunicación, que centra el papel protagónico de los líderes de opinión. Los mensajes de los medios llegan a ciertas personas más preparadas y más influyentes que los otros en sus diversos grupos. Estos, mejor informados, transmiten las informaciones en sus relaciones interpersonales en los grupos primarios y grupos restringidos o pequeños. Se convierten en líderes de opinión y son intermediarios entre los medios de comunicación y la masa. (p. 80)

Dicha teoría es complementada por otros estudios y da lugar a la teoría de los flujos múltiples de la comunicación. Báez y Báez (2000) explican:

No hay un flujo de dos pasos, sino de múltiples pasos, en la difusión de la información [...] la teoría de los flujos múltiples es complementaria de la de dos pasos ya que se basa en el papel similar que juegan los líderes de opinión. (p.80)

III. MARCO REFERENCIAL

a. Referentes internacionales

La organización internacional de las Naciones Unidas (ONU), se planteó en el año 2000, ocho objetivos los cuales delimitaban áreas de trabajo para la comunidad internacional en aras de poder llegar al desarrollo sustentable de manera equitativa en todos los países del mundo, llamados los Objetivos del Milenio (ODM).

Los objetivos establecidos están divididos en 8 categorías, mencionadas a continuación:

1. Erradicar la pobreza extrema y el hambre
2. Lograr la enseñanza primaria universal
3. Promover la igualdad entre los sexos y el empoderamiento de la mujer
4. Reducirla mortalidad de los niños menores de 5 años
5. Mejorar la salud materna
6. Combatir el VIH/Sida, la malaria y otras enfermedades
7. Garantizar la sostenibilidad del medio ambiente
8. Fomentar una alianza mundial para el desarrollo

Dichos objetivos tienen un denominador común, el empoderamiento de la mujer a través de las mejoras en salud pre y post natal y, además, en el ámbito del desarrollo social mundial.

Por su parte, en América Latina, existen varios ejemplos de políticas públicas, tanto a nivel nacional como a nivel estatal e incluso municipal, empleadas a través de herramientas que mejoran la calidad de vida de los habitantes de zonas urbanas populares.

Brasil desarrolló un programa, a nivel nacional, llamado Plano Brasil Sem Miséria (Plan Brasil sin Miseria), el cual, de acuerdo con los Objetivos del Milenio, busca erradicar la pobreza utilizando una variedad de programas sociales que otorgan “poder” a los ciudadanos con herramientas para el desarrollo.

De acuerdo con el gobierno brasileño, Plan Brasil sin Miseria (2011):

Coordinado por el Ministerio de Desarrollo Social y Combate al Hambre, el Plan articula y moviliza los esfuerzos del Gobierno Federal, Estados y Municipios en torno de centenas de acciones en la ciudad y en el campo. Su foco son los 16 millones de brasileños cuyo ingreso familiar, dividido entre los miembros de sus respectivas familias, es inferior a US\$ 44 mensuales por persona. De ese total, el 59% viven en el Nordeste, el 21% en el Sur y Sudeste, y el 20% en el Norte y Centro-Oeste.

Plan Brasil sin Miseria ha colocado a dicha nación entre los primeros países en ejecutar políticas públicas que cumplan con los Objetivos del Milenio, además de ser el primer país en América Latina en la erradicación de la pobreza y ubicarse entre los primeros a nivel mundial, tal como lo establece el Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea) en 2014, en su Quinto Informe Nacional de Monitoreo de los Objetivos del Milenio, el cual indica que “En el año 2012, teniendo en cuenta los indicadores elegidos por la ONU para monitorear el ODM 1, Brasil ya había logrado los objetivos tanto nacionales como internacionales” (p. 16).

Dicha labor se ha logrado no solamente gracias al plan como tal, sino también a la estrategia comunicacional que ha empleado el Gobierno brasileño, tanto internamente como exteriormente. Esta estrategia no solamente ha ayudado a que los programas empleados tengan un mayor impacto, sino también a la difusión de ellos en la región y en el mundo, lo cual ha propagado no solo la importancia de programas sociales como este, más importante aún ha

propagado el conocimiento y “buenas prácticas” para la implementación de políticas públicas que favorecen el desarrollo social de las zonas más afectadas.

Venezuela como país signatario de los compromisos internacionales conocidos como los Objetivos de Desarrollo del Milenio definidos por las Naciones Unidas, se ha comprometido a cumplir el referido a la erradicación de la pobreza extrema y el hambre disminuyendo entre 1990 y 2015, establecido en la Declaración del Milenio (2000), la proporción de personas en pobreza extrema cuyo ingreso sea menor de \$1 diario.

La creación e implementación de Plan Progresía, explicado a continuación, es una de las iniciativas generadas por la gestión del alcalde Carlos Ocariz en el Municipio Sucre en especial en la comunidad de Petare, como un aporte para lograr alcanzar los Objetivos del Milenio.

3.1 El Municipio Sucre

Como consecuencia del proceso de descentralización que se estaba dando a en el ámbito nacional durante la década de los noventa, se le otorga la categoría de Municipio Autónomo tanto al Distrito Sucre como a sus Parroquias de Municipios Foráneos; perdiendo a la vez los territorios de los Municipios Baruta y El Hatillo, los cuales se convierten a su vez en Municipios Autónomos. En 1993 se suscitan cambios en el ámbito de la nación, durante este período el Municipio sufre cambios en su organización territorial ya que el Municipio Foráneo Chacao adquiere el rango de Municipio Autónomo.

En la actualidad, el Municipio Sucre está conformado por cinco Parroquias: Petare, como parroquia capital, La Dolorita, Filas de Mariche, Caucagüita y Leoncio Martínez.

Dentro del Estado Miranda, el Municipio Sucre ocupa el segundo lugar de importancia en cuanto a variables demográficas, con una población, según el Instituto Nacional de Estadística

(INE) en el año 2012, de 665.203 mil habitantes con una densidad de 4.056 hab/km, con un promedio de sus habitantes del 99.82% que viven en áreas urbanas.

3.1.1 Petare Norte

Petare, capital del Municipio Sucre, está dividido en las siguientes zonas, Petare I, Petare II, Petare III, Petare IV, Petare V, Petare VI, Petare VII, Petare Norte I, Petare Norte II, Petare Norte III, Petare Norte IV, José Félix Ribas I, José Félix Ribas II, José Félix Ribas III, José Félix Ribas IV, Maca I, Maca II, Maca III, Barrio Unión I, Barrio Unión II, Barrio Unión III, Caucagüita I, Caucagüita II, Caucagüita III y Caucagüita IV

A su vez, está dividido en 39 sectores. Los cuales son Filas de Mariche, Guaicoco, Barrio El Campito, El Carpintero, El Nazareno, El Morro, Balkara, Maca, La Línea, El Carmen, El Obelisco, La Machaca, Las Brisas, El Chorrillo, San Blas, La Invasión, El Hueco, El Encantado, Las Praderas, El Mirador del Este, El Tanque, Pablo VI, Buena Vista, San Miguel, 19 de Abril, El Torre, San José, 12 de Octubre, Pumarrosa, Cocolandia, Cuñumero, La Dolorita, Caucagüita, Barrio Bolívar, Antonio José de Sucre, La Bombilla, José Félix Ribas, 5 de Julio y 24 de Julio.

Petare Norte cuenta con 4 zonas y 15 de los 39 sectores establecidos anteriormente.

3.2 La Alcaldía de Sucre

La Alcaldía de Sucre es el poder ejecutivo del Municipio Sucre, cuyo alcalde se elige cada cuatro años. Las funciones del Alcalde son:

- Responder por las relaciones del Alcalde con todas las dependencias de la Alcaldía, y del Alcalde con la comunidad del Municipio Sucre.

- Atender las solicitudes de ayuda que realicen las comunidades organizadas y los habitantes del Municipio al Alcalde.
- Atender las solicitudes de ayudas económicas para personas de escasos recursos.
- Recibir las solicitudes y sugerencias que la comunidad tenga a bien hacernos.
- Otorgar audiencias con el Alcalde
- Trámites administrativos dentro del Despacho



Figura 1. Organigrama estructural de la Alcaldía de Sucre

3.2.1 Dirección de Desarrollo Social

La dirección de Desarrollo Social de la Alcaldía de Sucre está liderada por el Director, Diego Area Diquez, la Directora adjunta, Bettina Díaz. Bajo la dirección de Desarrollo Social se encuentran dos programas de Plan Progres, Crece y Progres y Vive y Progres.

Como lo establece la página web de la Alcaldía de Sucre, la Dirección de Desarrollo Social tiene como misión “brindar atención integral a los Niños, Niñas y Adolescente del Municipio, velando por sus derechos y mejorando su calidad de vida” (Alcaldía de Sucre, s.f., ¶1).

Bajo la jurisdicción de la Dirección se encuentra el Consejo de Protección de Niños, Niñas y Adolescentes, el cual realiza una variedad de actividades jurídicas como autorizaciones para viajes, autorizaciones de trabajo y rectificación de documentos de identidad. También se encarga de recibir denuncias y asesoría en cuanto a medidas de protección, fijación de obligaciones alimentarias, régimen de visitas, patria potestad y violencia intrafamiliar. De igual manera, realiza actividades para garantizar los derechos fundamentales de Niños, Niñas y Adolescentes.

Finalmente, también se encuentra la Defensoría del Municipio Sucre, la cual tiene como labor la orientación y apoyo a padres y madres en cuanto a temas legales, entre ellos casos que ameriten la imposición de medidas de protección o que constituyan infracciones de carácter civil, administrativo o penal, a fin de orientarlos a la autoridad competente, asistencia jurídica relacionada con la LOPNA, asistencia para trámites en el registro civil y obtención de documentos de identidad.

3.2.2 Dirección de Salud

La labor de la Dirección de Salud es proveer programas de asistencia en salud y bienestar. Teniendo como objetivo, “la planificación, organización, administración, supervisión, evaluación, control de los servicios y programas de salud” (Alcaldía de Sucre, s.f., ¶5). Es también la responsable de llevar a cabo tres programas dentro de Plan Progresá, los cuales son, Salud y Progresá, Contróláte y Progresá, y Chequéate y Progresá.

Como explicado por Francisco Moreno, Coordinador de Comunicaciones de la Dirección de Salud de la Alcaldía de Sucre, asegura que la Dirección cuenta con:

Red ambulatoria en varios niveles, tenemos ambulatorios tipo I que están ubicados en los barrios populares del municipio, son 17 ambulatorios tipo I que tenemos, en zonas clase media tenemos uno solo que está ubicado en Horizonte, pero de resto están distribuidos en el Campito, Nazareno, etc., todo el territorio petareño. Los

tipo II son centros de especialidades, actualmente tenemos tres centros de especialidades tipo II, uno odontológico que está en el Llanito, uno de centro de atención pediátrica psicológica ambulatoria que está en la California, que atiende a niños y adolescentes y el CES que es el Centro de Especialidades de Salud que está ubicado en la planta baja del edificio de la Alcaldía (comunicación personal, 5 de agosto, 2014).

Dichos ambulatorios y centros de salud prestan servicios de, medicina general, pediatría, medicina interna, gastroenterología, gineco-obstetricia, radiología, cardiología, neumonología, traumatología, fisioterapia, odontología, oftalmología, epidemiología, endocrinología y laboratorio.

3.2.3 Asociación Civil

Conformada por cinco miembros de una comunidad, los cuales son elegidos por voto popular dentro de la misma. Cumplen el rol de contraloría social para los programas implementados por la Alcaldía, sus responsabilidades son diversas, desde tesorería de algún proyecto hasta encargada de un Hogar para Crecer.

Son el nexo entre la Alcaldía y la comunidad.

3.2.4 Promotor

Empleado de la Alcaldía que funge como promotor político. Trabaja directamente con el despacho de la Alcaldía, pero comparte responsabilidades con diversas direcciones al supervisar los programas implementados en las comunidades.

3.3 El Plan Progreses

Tomando en cuenta los objetivos de desarrollo establecidos por las Naciones Unidas mencionados anteriormente, la Alcaldía de Sucre se fija también como objetivo avanzar en la erradicación de las condiciones de pobreza extrema del municipio Sucre, a través de la promoción de los derechos y garantías de los sucrenses, en especial, para que las madres, jóvenes, niños y ancianos puedan tener una mejor calidad de vida y progresar gracias al esfuerzo y el trabajo.

El Plan Progreses no pretende reproducir los vicios asistencialistas de la política social tradicional, cada uno de los programas involucra a los usuarios o a sus representantes en actividades que suponen una responsabilidad o un compromiso del lado del beneficiario, pero fundamentalmente Progreses es una política pública comprometida con el paradigma del Desarrollo Humano.

La función de dicha iniciativa es entendida por el despacho de la Alcaldía como:

Una estrategia colaborativa, transversal, de corresponsabilidad y de alta coordinación entre las distintas direcciones de la Alcaldía del Municipio Sucre y la ciudadanía para combatir los problemas sociales más acuciantes de la población con una visión de trabajo orientada a resultados. (Ana Patroni, comunicación personal, 1^{er}o de abril, 2014)

Con el objetivo principal de mejorar su calidad de vida y minimizar los índices de pobreza, la iniciativa abarca 11 programas de asistencia en salud, alimentación, educación, deporte e infraestructura que buscan ofrecer asistencia económica, capacitación y red de apoyo a familias en condición de vulnerabilidad, a través del otorgamiento de herramientas que ayuden a superar la condición de pobreza y que permitan desarrollar las capacidades requeridas para incorporarse productivamente en la sociedad.

Según lo planificado por la Alcaldía de Sucre, con el plan se beneficiarán más de 150 familias del Municipio definidas en esta condición.

Los 11 programas establecidos por *Plan Progresá* son los siguientes:

- **Aliméntate y progresá:** Consiste en el suministro diario en las escuelas de una merienda variada y balanceada para los alumnos de preescolar y primer grado. Este plan tiene como finalidad mejorar la nutrición de los niños y disminuir la deserción e inasistencia a clases en etapa temprana. El programa ha beneficiado a 3058 alumnos de 24 unidades educativas municipales que actualmente no cuentan con programas de alimentación escolar o de soporte nutricional.
- **Estudia y progresá:** Este programa consiste en una ayuda económica a las madres con niños en etapa inicial, y cursantes del 4to, 5to y 6to grado de educación primaria, que asuman el compromiso de cumplir al menos con 85% de la asistencia regular a la escuela. Para el momento se han visto beneficiados 3809 niños de 20 planteles educativos en el municipio.
- **Equípate y Progresá:** Es la dotación de útiles escolares de alta calidad a los niños cursantes de educación inicial y básica de las escuelas municipales. La iniciativa fue diseñada para fortalecer la acción educativa en las escuelas adscritas a la Dirección de Educación del municipio Sucre.
- **Construye y Progresá:** Este programa busca recuperar y rehabilitar los planteles educativos municipales. Su finalidad es mejorar, recuperar y dotar las escuelas del municipio Sucre y convertirlas en centros educativos modernos y de alta calidad.
- **Juega y Progresá:** Su objetivo principal es la construcción y rescate de canchas y espacios deportivos. La iniciativa tiene como finalidad alejar a los niños y jóvenes de las calles a través de la promoción de la práctica del deporte.
- **Contrólate y progresá:** Busca el suministro gratuito de complementos vitamínicos, ecosonogramas, consultas médicas y nutricionales, exámenes de laboratorio y una

canastilla para las futuras madres que cumplan con un plan constante de asistencia a su control prenatal.

- **Salud y Progres:** El programa busca mejorar y dotar la red ambulatoria y el Hospital Pérez de León con la finalidad de mejorar la dinámica de las acciones de asistencia en salud del Municipio. Con el plan se beneficiarán todos los centros de salud de Sucre.
- **Vive y Progres:** Su objetivo es la creación y habilitación de clubes de abuelos destinados a ofrecer actividades deportivas, recreativas, culturales así como también asistencia médica integral, a los habitantes del Municipio mayores de 55 años. Este plan tiene como finalidad brindar bienestar e integración a las personas de la tercera edad.
- **Crece y Progres:** Hogares para crecer, ubicados en todas las parroquias del municipio Sucre. Son Asociaciones Civiles que firman convenios operativos con la Dirección de Desarrollo Social de la Alcaldía con la finalidad de prestar servicios de atención integral a la población infantil de 0 a 6 años de edad.
- **Chequéate y Progres:** diagnóstico temprano de hipertensión arterial a pacientes mayores de 55 años para su control posterior. Incluye el suministro gratuito del tratamiento y los exámenes que requiera el paciente según el cuadro médico que presente.
- **Progrese:** busca ofrecer asistencia económica, capacitación y red de apoyo a familias en condición de vulnerabilidad a través del otorgamiento de herramientas que le ayuden a superar su condición y que le permitan desarrollar las capacidades requeridas para incorporarse productivamente a la sociedad.



Figura 2. Logo Plan Progres

Este trabajo de investigación analiza aquellos programas que forman parte de Plan Progresá, que se dirijan directamente a las mujeres. En este caso son las iniciativas, Crece y Progresá y Contróláte y Progresá.

3.3.1 Crece y Progresá

La dirección de Desarrollo Social de la Alcaldía de Sucre se enfoca en la atención de la población vulnerable en las etapas de la vida en las que se necesita más apoyo, como es el caso de la iniciativa Crece y Progresá, se basa en la formación de hogares de crecimiento para los niños de 0 a 6 años de edad.

Este programa está diseñado para brindar a las madres trabajadoras o estudiantes de escasos recursos, la oportunidad de que sus hijos puedan desarrollar sentimientos de seguridad personal y física, fortalezcan sus vínculos sociales, estén sanos, bien alimentados y puedan aprender jugando con otros niños y niñas mientras ellas desempeñan sus labores diarias.

Diego Area (comunicación personal, 1 de julio, 2014), Director de Desarrollo Social de la Alcaldía de Sucre, expone que en la actualidad existen 47 Hogares para Crecer, establecidos en su mayoría en propiedades privadas de vecinos de la comunidad y en algunos casos en edificios de la Alcaldía. Cada Hogar para Crecer es formado por una asociación de vecinos, conformada por 5 mujeres de la comunidad, donde una de ellas rige como presidente y se encarga de seleccionar a las 4 restantes con ayuda de la Directora Adjunta de Desarrollo Social, Betty Díaz, quien entrevista y evalúa las capacidades de las candidatas, quienes se convierten en madres cuidadoras de los Hogares para Crecer.

De esta manera, los Hogares para Crecer benefician no solamente a quienes inscriben a sus hijos en ellos, sino también sirven como una fuente de empleo para mujeres en la comunidad. La estructura de los aportes funciona de la siguiente manera: en cada Hogar para Crecer se calcula el número de niños que formen parte de la guardería y según ese número se entrega un

aporte de 150 Bolívares por cada niño. Se entrega un cheque a la asociación de manera que ellos descuentan del cobro a los padres 150Bs. por cada niño, sin embargo, las asociaciones no siempre informan sobre esa ayudada recibida por parte de la Alcaldía.

3.3.2 Contróláte y Progresá

La Dirección de Salud de la Alcaldía de Sucre se enfoca en dos grandes problemas que tienen poca notoriedad en medios: el alto índice de mortalidad materna y la prevalencia de hipertensión arterial conocida como el “asesino silencioso”. Para la investigación a realizarse se tomará en cuenta la iniciativa desarrollada para combatir el alto índice de mortalidad materna.

Como explica Francisco Moreno (comunicación personal, 5 de agosto, 2014), Coordinador de Comunicaciones de la Dirección de Salud de la Alcaldía de Sucre, el municipio cuenta con una extensa red de ambulatorios y de establecimientos de salud que brindan fundamentalmente atención de carácter primario y preventivo.

La iniciativa Contróláte y Progresá tiene como finalidad estimular el control prenatal y garantizar la salud materno-fetal de las embarazadas que habitan en el municipio Sucre, disminuyendo de esta manera el riesgo de mortalidad materna o neonatal. A través del suministro completamente gratuito de complementos vitamínicos, ecosonogramas, consultas médicas y nutricionales, exámenes de laboratorio, orientación en salud sexual y reproductiva y una canastilla para las futuras madres que cumplan con un plan constante de asistencia a su control pre-natal.

Con el programa se beneficiarán más de 2.000 mujeres embarazadas del Municipio. Las mujeres beneficiarias de este plan deben iniciar el control prenatal en los ambulatorios adscritos a la dirección de salud, antes de las 14 semanas de embarazo.

Moreno (comunicación personal, 5 de agosto, 2014), añade que, en este proyecto en particular, se trata de garantizar que las mujeres embarazadas tengan acceso pleno y completamente gratuito a servicios y tratamientos de atención y cuidados prenatales.

De acuerdo con Plan Progresá Informe Final, elaborado por la Alcaldía de Sucre, la Dirección de Salud, estableció los siguientes criterios para seleccionar a las beneficiarias de este programa, “para ingresar al programa debe ser una mujer embarazada viviendo en el Municipio Sucre con menos de tres meses (14 semanas) de embarazo” (Alcaldía de Sucre, s.f., p.91). El programa gravita concretamente en tres áreas explicadas a continuación.

1. Atención integral de control prenatal, la cual consiste en,
 - a. 1 consulta mensual (primeras 14 semanas)
 - b. 1 consulta cada 3 semanas (de la semana 15 a la 29)
 - c. 1 consulta cada 2 semanas (de la semana 30 a la semana 36)
 - d. 1 consulta semanal (a partir de la semana 36 al término)
2. Suministro de tratamientos y medicamentos, reciben mensualmente:
 - a. Ácido Fólico (5mg) y Fumarato Ferroso (300 mg)
 - b. En la casa municipal de la mujer:
 - i. Primer, Segundo y Tercer trimestre :Ecosonografía y Consulta Nutricional.
 - c. En el Giorgio: Primer trimestre (primera consulta): Laboratorio: Perfil 20, Típeaje, Hepatitis B, HIV (pesquisa de estreptococo y test de avidéz – referidas al Instituto de Medicina Tropical), orina y heces.
3. Apoyo post natal para el bebé y la embarazada:
 - a. Cada mujer que da a luz y ha cumplido todo el protocolo de control de embarazo recibe una canastilla y atención post parto.

La estrategia para captar participantes es a través de folletos informativos y se ubica a las mujeres embarazadas en los distintos ambulatorios del sistema municipal de salud, cuando cumplen con los requisitos de ingreso al proyecto se les entrega un folleto informativo y se les anima a incorporarse.

Para darle viabilidad al proyecto, se requiere una buena campaña de promoción para que las mujeres entiendan la importancia de ingresar al proyecto durante las primeras semanas de embarazo. Los ingresos fuera de tiempo no garantizan las condiciones que minimizaran el riesgo en los embarazos, explicado por la Alcaldía,

Por tratarse de una población dispersa, que no es posible concentrar en un espacio específico ni existen condiciones que las convoquen de manera natural, ni se ha desarrollado entre las mujeres embarazadas una cultura de la atención y control al embarazo, el esfuerzo comunicacional en este proyecto debe ser mayor que en los proyectos que tiene población cautiva como por ejemplo beneficiarios en las escuelas. (Alcaldía de Sucre, s.f., p.97)

En consecuencia, la Dirección de Salud, se enfoca en una estrategia preventiva y educativa para poder generar, en el público deseado, un interés genuino en el programa.

IV. MARCO METODOLÓGICO

4.1 Modalidad de la investigación

Según la estructura establecida por la Universidad Católica Andrés Bello para el desarrollo de los Trabajos de Grado, y de acuerdo con las modalidades indicadas por la Escuela de Comunicación Social, la investigación se inscribe dentro de la modalidad V, denominada Análisis de Medios y Mensajes, debido a que consiste en el estudio metodológico de los medios utilizados por la Alcaldía de Sucre para la difusión de su programa social *Plan Progresas* al público objetivo.

4.2 Tipo de investigación y diseño

Hernández, Fernández y Baptista (1991), revelan que,

Los estudios exploratorios nos sirven para aumentar el grado de familiaridad con fenómenos relativamente desconocidos, obtener información sobre la posibilidad de llevar a cabo una investigación más completa sobre un contexto particular de la vida real, investigar problemas del comportamiento humano que consideren cruciales los profesionales de determinada área, identificar conceptos o variables promisorias, establecer prioridades para investigaciones posteriores o sugerir afirmaciones (postulados) verificables (...) Se caracterizan por ser más flexibles en su metodología en comparación con los estudios descriptivos o explicativos y son más amplios y dispersos que estos otros dos tipos (p.59-60)

La investigación a realizar es de tipo exploratoria ya que, como lo explica Gustavo Hernández Díaz, “una investigación exploratoria examina fenómenos escasamente conocidos o

desconocidos en un determinado campo del saber” (Hernández Díaz, 2012, p.155). Dicha investigación comienza con la búsqueda de información de un fenómeno escasamente abordado para luego caracterizar su comportamiento durante un periodo determinado de tiempo.

Asimismo, se pretende conocer cómo es la exposición de las mujeres jóvenes a las comunicaciones del programa *Plan Progresas* de la Alcaldía de Sucre durante el primer semestre del año 2014, para poder determinar de qué manera la estrategia comunicacional de medios planteada por la alcaldía incidió en ellas.

Como explica César A. Bernal, “La definición de un diseño de investigación está determinada por el tipo de investigación que va a realizarse” (Bernal, 2000, p.139). El diseño que se utilizó para llevarla a cabo es de tipo no experimental, en tanto que no se manipularon variables. Se trata de un estudio Ex Post Facto, el cual se limitó a la observación de una situación ya existente, sin la posibilidad de influir sobre las variables y sus efectos, característica principal de un diseño que no involucra algún tipo de experimento, como bien lo menciona Bernal (2000) al momento de describir los diferentes tipos de diseño de investigación que se pueden realizar.

En este caso la opinión, percepción e información que puedan tener tanto las mujeres participantes en los programas de *Plan Progresas*, como aquellas que no participan y los expertos en las distintas áreas anteriormente mencionadas, son hechos sobre los cuales el investigador no tiene control alguno. Son hechos ya formados que no pueden ser manipulados de ninguna manera, debido a que se trata de un evento que ya sucedió.

Se empleó una técnica cualitativa para el desarrollo de la investigación, basándose en una metodología de triangulación de datos, donde se investigan varias fuentes de información sobre un mismo fenómeno. Se contará con dos técnicas cualitativas: los grupos focales y la entrevista a profundidad, ya que se debe ahondar en el estudio al comprender que se trata de un fenómeno social que requiere de un mayor acercamiento al contexto social. Los *focus group* permitirán sondear el comportamiento de aquellos beneficiados por el programa y aquellos que no forman

parte de él, de manera de conocer la perspectiva que poseen del programa y sus razones de comportamiento hacia él. Por otro lado, la entrevista a los miembros de la Alcaldía que participan en el desarrollo del programa y sus comunicaciones se utilizará para describir los lineamientos y planteamientos iniciales de la estrategia comunicacional de medios. Además de entrevistas realizadas a expertos en el área del mercadeo social y de trabajo social, específicamente en áreas de escasos recursos para comprender si los lineamientos y planteamientos iniciales de la estrategia expuestos anteriormente tienen incidencia alguna en la muestra a ser evaluada.

4.3 Objetivo General

Analizar la incidencia de los medios y mensajes que utiliza la Alcaldía de Sucre para comunicar el programa Plan Progresas, a las mujeres de 18 a 30 años de edad que habitan en las comunidades de Petare Norte.

4.4 Objetivos Específicos

1. Describir los medios utilizados por la Alcaldía de Sucre para comunicar *Plan Progresas*, específicamente Crece y Progresas y Contrólale y Progresas.
2. Identificar las variables demográficas y psicográficas de la audiencia.
3. Identificar cuáles son los medios de comunicación que prefiere la población femenina de 18 a 30 años de edad que habitan en las comunidades de Petare Norte.
4. Medir la aceptación del mensaje del programa *Plan Progresas* en la población femenina de 18 a 30 años de edad que habitan en las comunidades de Petare Norte.
5. Medir el posicionamiento del programa *Plan Progresas* en la población femenina de 18 a 30 años de edad que habitan en las comunidades de Petare Norte.

4.5 Variables

Según Hernández, Fernández, Baptista (1998):

Una variable es una propiedad que puede variar (adquirir diversos valores) y cuya variación es susceptible de medirse (...) Es decir, la variable se aplica a un grupo de personas u objetos, los cuales pueden adquirir diversos valores respecto a la variable (p.77)

Los mismos autores hacen énfasis en el hecho que, “sin definición de las variables no hay investigación. Las variables tienen que ser definidas en dos formas: conceptual y operacionalmente.” (Hernández, Fernández, Baptista, 1998, p.100)

Las variables a estudiar en la presente investigación fueron las siguientes:

1. Mujeres de 18 a 30 años de edad que habitan en dos comunidades de Petare Norte.
2. Medios de comunicación.
3. Posicionamiento del programa *Plan Progresar*.
4. Aceptación del programa *Plan Progresar*.

4.5.1 Operacionalización de las variables

Para Reynolds (1971), citado por Hernández, Fernández, Baptista (1998):

Una definición operacional constituye el conjunto de procedimientos que describe las actividades que un observador debe realizar para recibir las impresiones sensoriales (sonidos, impresiones visuales o táctiles, etc.), que indican la existencia de un concepto teórico en mayor o menor grado (p.101)

Eyssautier (2002), agrega que para “definir operacionalmente un concepto para que pueda ser medido requiere del manejo de sus facetas dimensionales o de la extracción de sus propiedades.” (p.176)

A continuación, se presenta la operacionalización de las variables de esta investigación:

Tabla 1. *Operacionalización de variables*

Objetivos específicos	Variable	Dimensiones	Indicadores	Items	Instrumento	Fuentes
Identificar las variables demográficas y psicográficas de la audiencia	Audiencia	Demográficas	<ul style="list-style-type: none"> • Características demográficas de mujeres jóvenes (18 a 30 años de edad): <ul style="list-style-type: none"> ○ Edad ○ tamaño de familia ○ ingreso ○ ocupación ○ educación ○ nacionalidad ○ ingreso familiar 	Pregunta 2	Entrevista semi-estructurada	Responsables de la Alcaldía de Sucre de Plan Progres
Identificar las variables demográficas y psicográficas de la audiencia	Audiencia	Psicográficas (estilo de vida)	<ul style="list-style-type: none"> • Gustos e intereses 	Pregunta 2	Entrevista semi-estructurada	Responsables de la Alcaldía de Sucre de Plan Progres
Identificar cuáles son los medios de comunicación que prefiere la población femenina	Medios de comunicación preferidos por la población femenina (18 a 30 años)			Pregunta 1, 6, 9, 10, 12, 13, 14, 15, 16, Pregunta 4 y 5	Entrevista semi-estructurada	Expertos en sociología y comunicación estratégica. Responsables de la Alcaldía

						de Sucre de Plan Progresas . Participantes antes del <i>focus group</i> .
Medir el posicionamiento del programa Plan Progresas	Posicionamiento del programa Plan Progresas	Percepción	<ul style="list-style-type: none"> • Opinión sobre PP • Conocimiento que tienen las mujeres jóvenes sobre beneficios reales • Aspectos de agrado • Aspectos de desagrado 		Focus Group	Mujeres (entre 18 y 30 años) participantes y no participantes de Plan Progresas residentes de Petare Norte
Medir la aceptación del programa Plan Progresas	Aceptación del programa Plan Progresas	Participación	<ul style="list-style-type: none"> • Ventajas que perciben (grado de importancia) • Desventajas (grado de importancia) 		Focus Group	Mujeres (entre 18 y 30 años) participantes y no participantes de Plan Progresas residentes de Petare Norte

4.6 Unidades de observación de análisis

“La unidad de análisis ‘el caso’ objeto de estudio es comprendido como un sistema integrado que interactúa en un contexto específico con características propias. El caso o unidad de análisis puede ser una persona, una institución o empresa, un grupo, etc.” (Bernal, 2000, p.11)

En esta investigación actúan como unidad de análisis las siguientes:

- Expertos en la materia de sociología y comunicación estratégica.
- Mujeres (entre 18 y 30 años) participantes de *Plan Progres*a residentes de Petare Norte.
- Mujeres (entre 18 y 30 años) no participantes de *Plan Progres*a residentes de Petare Norte.
- Funcionarios de la Alcaldía de las direcciones de Salud y Desarrollo Social.

*4.6.1 Participantes de Plan Progres*a

Dividido en cuatro subgrupos, conformado por mujeres con edades comprendidas entre 18 y 30 años pertenecientes a dos comunidades, en Petare Norte. Los primeros tres subgrupos están compuestos por participantes de los programas Crece y Progresa y Contrólate y Progresa.

*4.6.2 No Participantes de Plan Progres*a

Compuesto por mujeres, con las características mencionadas anteriormente, que no hayan participado en ninguno de los programas ofrecidos por *Plan Progres*a.

4.6.3 Expertos en sociología y comunicación estratégica

El segundo grupo, está formado por expertos en el área de la comunicación y sociología, quienes pueden proporcionar información relevante para el entendimiento de las necesidades y características de una estrategia comunicacional dirigida a un programa de ayuda social, de manera de determinar los medios de comunicación social que mejor transmiten mensajes para la audiencia en cuestión.

4.6.4 Funcionarios de la Alcaldía de Sucre

Aquellos empleados que desempeñan una labor importante en la planificación y ejecución de *Plan Progres*.

4.7 Población y muestra

La población es definida por Fracica como “el conjunto de todos los elementos a los cuales se refiere la investigación. Se puede definir también como el conjunto de todas las unidades de muestreo” (Fracica, 1988, en Bernal, 2000, p.36).

Bernal añade también que, “una definición adecuada de población debe realizarse a partir de los siguientes términos: elementos, unidades de muestreo, alcance y tiempo” (Bernal, 2000, p.158).

Para dicha investigación, la población a ser estudiada se define como mujeres pertenecientes a dos comunidades en Petare Norte. De esta manera la población pertenece a la audiencia seleccionada para los programas Crece y progresa y Contróláte y Progresa.

Por otra parte, una muestra es, “la parte de la población que se selecciona, y de la cual realmente se obtiene la información para el desarrollo del estudio y sobre la cual se efectuarán la medición y la observación de las variables objeto de estudio” (Bernal, 2000, p.159)

Maurice Eyssautier (2002) explica que un “muestreo sin probabilidad es aquel que no brinda a todo componente del universo una oportunidad conocida de ser incluido en la muestra. El investigador decide qué componentes se deberán entrevistar u observar.” (p.197)

En cuanto a la muestra utilizada en la investigación, se utilizó un tipo de muestreo no aleatorio y de tipo intencional, ya que se seleccionaron sujetos que pertenecen a grupos preestablecidos a la investigación y que cumplen con las características necesarias para llevarla a cabo. La muestra se delimita en los grupos, explicados a continuación.

4.7.1 Participantes de Plan Progresá

Dividido en cuatro subgrupos, las características tomadas en cuenta para seleccionar a cada subgrupo fueron mujeres con edades comprendidas entre 18 y 30 años pertenecientes a las zonas de dos comunidades en Petare Norte. Los subgrupos están compuestos por participantes de los programas, Crece y Progresá y Contróláte y Progresá, cada uno.

4.7.2 No Participantes de Plan Progresá

Las características tomadas en cuenta para seleccionar a las conformantes del grupo son las características mencionadas anteriormente, pero con la diferencia de no haber participado en ninguno de los programas ofrecidos por *Plan Progresá*.

Los cuatro subgrupos, tres de mujeres quienes participan en Crece y Progresá y Contróláte y Progresá, y el último, conformado por mujeres no participantes, son la muestra seleccionada para participar en los *focus group*.

4.7.3 Expertos en sociología y comunicación estratégica

Para la selección de expertos en el área de la comunicación estratégica y la sociología, se consideraron aquellos que han tenido experiencia con políticas públicas, la cultura venezolana, planificación estratégica y quienes pueden proporcionar información relevante para el

entendimiento de las necesidades y características de una estrategia comunicacional dirigida a un programa de ayuda social.

4.7.4 Funcionarios de la Alcaldía de Sucre

Aquellos empleados que desempeñan una labor importante en la planificación y ejecución de *Plan Progres*.

4.8 Instrumentos

La presente investigación utilizó dos instrumentos de medición de datos, la entrevista semi-estructurada y la técnica de *focus group*, ambos instrumentos explicados a continuación.

4.8.1 Entrevistas semi-estructuradas

Dentro de las técnicas cualitativas existen diversos instrumentos de medición de datos, la entrevista proporciona un excelente instrumento para la medición de fenómenos sociales. Luis Galindo en *Técnicas de investigación en sociedad, cultura y comunicación*, expone: “la entrevista proporciona un excelente instrumento heurístico para combinar los enfoques prácticos, analíticos e interpretativos implícitos en todo proceso de comunicar” (Galindo Cáceres, 1998, p.282).

Por otra parte, al ser este un estudio Ex Post Facto, es recomendable el uso de entrevistas semi-estructuradas, específicamente de tipo profunda. Según Juan A. Gaitán y José L. Piñuel (1998), una entrevista a profundidad,

Es una técnica de amplio espectro, puede tener una finalidad exploratoria o de contrastación, de corte diagnóstico o terapéutico, descriptiva o evaluativa. Tiene como protagonista al entrevistado, que ha de ser citado con antelación y

debidamente advertido del objeto de la entrevista y del tiempo que se ha de dedicar a ella. (p.94)

Este tipo de entrevistas es el adecuado para la investigación, debido a que esta se limita a la observación de una situación ya existente, sin la posibilidad de influir sobre las variables y sus efectos. Además se trata de un fenómeno social que requiere de un mayor acercamiento al contexto social.

Gaitan y Piñuel (1998) explican que para que de la entrevista semi-estructurada se obtengan los resultados esperados, la elaboración de un guión es fundamental para no desviarse del foco central de la investigación y obtener la información deseada de la entrevista, asegurando que: “sin esa estructura que proporciona el listado de temas e hipótesis, el entrevistador podría hallarse abocado a una formulación aleatoria de preguntas sin línea argumental coherente y ello podría degenerar en un ejercicio conversacional sin valor científico alguno” (p.255).

La presente investigación presenta una guía preparada con las preguntas que abordan los temas a tratar con los expertos en comunicación estratégica y sociología, así como los involucrados en *Plan Progres*a por parte de la Alcaldía de Sucre. Además de servir como guía, las preguntas permitieron también obtener la misma información de distintas fuentes de manera que a la hora del análisis se contó con la información apropiada de cada una de las fuentes entrevistadas.

4.8.1.1 Entrevista semi-estructurada expertos en sociología y comunicación estratégica

1. Según su conocimiento cuál es la mejor manera de comunicar un programa de ayuda social.

2. Usualmente cuáles son las variables psicográficas típicas de las personas que participan en programas de ayuda social.
3. Usted conoce la iniciativa *Plan Progres*a de la Alcaldía de Sucre
4. ¿Cómo supo de ella?
5. Piensa usted que de acuerdo a la idiosincrasia del venezolano, el tener información sobre un programa de ayuda lo hace que se interese en él o el simple hecho de recibir ayuda de por sí lo interesa.
6. Piensa usted que las mujeres se interesan más que los hombres en estos programas de ayuda comunitaria. ¿Por qué?
7. En las actuales circunstancias del país cuál es su opinión en relación a estos tipos de programas.
8. ¿Cuál cree que sea el alcance que tengan?
9. ¿Qué habría que hacer para que estos tipos de programas lleguen a la mayor cantidad posible del sector donde se desarrollan?
10. ¿Existen preferencias, según el género a la hora de escoger un medio de comunicación social?
11. ¿Cuál variable tiene más peso a la hora de implementar una estrategia comunicacional, el género o el estatus social?
12. ¿Cuáles medios deben utilizarse para que esta información tenga mayor alcance en la población femenina?
13. ¿Qué aspectos de un programa de ayuda social se deben de resaltar a la hora de informar a los posibles participantes?
14. ¿Qué aspectos de un programa social se deben resaltar en la comunicación estratégica?
15. ¿Cuáles deben ser las características de una estrategia comunicacional para un programa de ayuda social?
16. ¿Cómo se seleccionan los mensajes de la estrategia comunicacional?
17. ¿Qué aspectos toman en consideración a la hora de plantear la planificación de un plan de ayuda social?

4.8.1.2 Entrevista semi-estructurada a funcionarios Alcaldía de Sucre

1. ¿Es importante para la Alcaldía comunicar las iniciativas que llevan a cabo en la comunidad?
 - a. ¿A quiénes?
2. ¿Cuáles son los medios que utiliza la Alcaldía usualmente?
3. ¿Existe algún tipo de investigación sobre métodos de comunicación con los habitantes de Petare?
4. En cuanto a la planificación del proyecto:
 - a. ¿Se llevo a cabo una planificación de estrategia comunicacional?
 - b. La estrategia contempla todas las etapas de cada una de las iniciativas (antes, durante, después)
 - c. ¿Dicha estrategia ha sido empleada en su totalidad?
 - d. ¿Han tenido dificultades para emplear la estrategia?
 - e. ¿Qué medios fueron designados para distribuir la información?
 - f. ¿Cuáles son los mensajes más importantes a ser difundidos a través de estas iniciativas?
5. En cuanto al desarrollo del proyecto:
 - g. ¿Existe un seguimiento de la estrategia comunicacional empleada?
 - h. ¿Qué tipo de información se distribuye durante el desarrollo del proyecto?
 - i. ¿Miden de alguna manera la incidencia de la estrategia comunicacional?
6. ¿Existe una diferenciación de género cuando comunican los proyectos de ayuda social?
7. ¿Qué busca transmitir la Alcaldía con este tipo de políticas públicas?

4.8.2 Focus group

Un *focus group* puede ser definido, según De la Torre et al, quienes citan a Krueger (1991), como,

Una conversación cuidadosamente planeada, diseñada para obtener información de un área definida de interés, en un ambiente permisivo, no directivo. Se lleva a cabo con aproximadamente siete a diez personas, guiadas por un moderador experto. La discusión es relajada, confortable y a menudo satisfactoria para los participantes ya que exponen sus ideas y comentarios en común. Los miembros del grupo se influyen mutuamente, puesto que responden a las ideas y comentarios que surgen en la discusión. (p.24)

Se seleccionó esta herramienta de análisis cualitativo debido a que los *focus group* permitieron indagar de una manera más profunda la percepción y participación de mujeres entre 18 y 30 años de edad en los programas Crece y Progresa y Contróláte y Progresa del *Plan Progresa*. Además de realizarse en un espacio físico donde ellas se sintieran cómodas y en confianza, permitir una discusión semi-estructurada permitió obtener respuestas sinceras por parte de las participantes.

La presente investigación presenta una guía preparada con las preguntas que abordan los temas a tratar con las participantes de cada grupo de discusión. Las preguntas permitieron orientar y guiar la conversación entre las participantes de manera de obtener la información adecuada ya que al ser una discusión entre varias personas existía la posibilidad de perder el foco fácilmente.

FOCUS GROUP – Contróláte y Progresa

Posibles preguntas:

1. ¿Es importante para ustedes su estado de salud?
2. ¿Qué opinan sobre recibir ayuda antes, durante y después del embarazo?
3. ¿Qué características debe tener un programa que les ayude con su embarazo?
4. ¿Cuáles son los servicios que esperan por parte de la Alcaldía, en cuanto a salud de la mujer?
5. ¿Qué características debería tener un programa que ayude a mujeres?

6. ¿Creen ustedes que la Alcaldía debería dar una ayuda especial a las mujeres?
7. ¿Se sienten informadas sobre la ayuda que pueden recibir?
8. ¿Qué tipo de información en cuanto a programas de la Alcaldía les gustaría recibir?
9. ¿Por qué es importante estar informadas sobre los tipos de ayuda que pueden recibir?
10. ¿Cómo se enteraron sobre este programa?
11. ¿Por qué decidieron estar en el programa?
12. ¿Les gustaría seguir participando?
13. ¿Ahora que formas parte del programa, te han seguido dando información?, ¿existe seguimiento?
14. ¿Te parece que la información que recibes es suficientemente clara y la recibes a tiempo?
15. ¿Qué otra información te gustaría recibir sobre el programa?
16. ¿Cómo te gustaría recibirla?
17. ¿Le recomendarían a otra persona ser parte de este programa? ¿Por qué sí, por qué no?
18. ¿Conoces algún otro programa de ayuda que ofrezca la Alcaldía?

FOCUS GROUP – Crece y Progresa

Posibles preguntas:

1. ¿Cuáles son los servicios que esperan por parte de la Alcaldía?
2. ¿Qué características debería tener un programa que ayude a mujeres?
3. ¿Creen ustedes que la Alcaldía debería dar una ayuda especial a las mujeres?
4. ¿Qué significa para ustedes superarse/tener una mejor calidad de vida?
5. ¿Se sienten informadas sobre la ayuda que pueden recibir?
6. ¿Qué tipo de información les gustaría recibir?
7. ¿Por qué es importante estar informadas sobre los tipos de ayuda que pueden recibir?
8. ¿Cómo se enteraron sobre este programa?

9. ¿Por qué decidieron estar en el programa?
10. ¿Les gustaría seguir participando?
11. ¿Ahora que formas parte del programa, te han seguido dando información?, ¿existe seguimiento?
12. ¿Te parece que la información que recibes es suficientemente clara y la recibes a tiempo?
13. ¿Qué otra información te gustaría recibir sobre el programa?
14. ¿Cómo te gustaría recibirla?
15. ¿Le recomendarían a otra persona ser parte de este programa? ¿Por qué sí, por qué no?
16. ¿Conoces algún otro programa de ayuda que ofrezca la Alcaldía?

FOCUS GROUP – no participantes

1. ¿Participarías en un programa que ofrezca ayuda por parte de la alcaldía?
2. ¿Es importante para ustedes que sus hijos tengan una educación?
3. ¿Qué opinan sobre recibir una especie de compensación por asegurarse que sus hijos asistan a la escuela?
4. ¿Qué significa para ustedes superarse/tener una mejor calidad de vida?
5. ¿Creen ustedes que la Alcaldía debería dar una ayuda especial a las mujeres?
6. ¿Conocen algún programa de la Alcaldía que ayude económicamente o de otras maneras?
7. ¿Cómo han recibido esta información?
8. ¿Les gustaría participar en alguno de estos programas?
9. ¿Por qué sí?
10. ¿Por qué no?
11. ¿Les gustaría recibir más información de la que ya saben para poder tomar una decisión?

4.9 Validación del instrumento

Los instrumentos de recolección de datos fueron validados por los siguientes profesores universitarios para garantizar la confiabilidad de cada instrumento:

- Ximena Sánchez, Profesora de Comunicaciones Integradas de Marketing de la Universidad Católica Andrés Bello.
- Lidia Pinto, Profesora de Comunicaciones Publicitarias de la Universidad Católica Andrés Bello.

4.10 Ajustes

La profesora Ximena Sánchez sugirió las siguientes modificaciones al instrumento utilizado como guión para los *focus group* a realizarse.

En cuanto a las posibles preguntas para el grupo de Contróláte y Progresá, se sugirió eliminar la pregunta cuatro, la cual estipulaba, “La Alcaldía debería ayudarlas con su embarazo”, es evidente que si ya son parte del programa es porque están de acuerdo en recibir ayuda por parte de la Alcaldía. De igual manera, se sugirió especificar más la pregunta cinco para que se entendiera fácilmente que se estaba haciendo referencia a los servicios en cuanto a salud. Así también, la pregunta nueve fue reformulada para que esta no fuese una pregunta de respuesta sí o no, sino más bien una pregunta que indagará sobre la importancia de ser informadas. Por último, se eliminó la pregunta ocho, la cual establecía, “Confían en la Alcaldía y sus funcionarios”, ya que el tema a investigar era un tema relacionado con la comunicación y no con la confianza entre usuarios y la Alcaldía.

Por otra parte, para las posibles preguntas del grupo Crece y Progresa, se dieron las siguientes modificaciones. La pregunta cuatro, la cual establecía, “Confían en la Alcaldía y sus funcionarios”, ya que el tema a investigar era un tema relacionado con la comunicación y no con la confianza entre usuarios y la Alcaldía. También, la pregunta cinco fue reformulada a “que significa superarse”, de manera de poder obtener una respuesta más allá de un sí o no. Por último, la pregunta siete fue reformulada para que esta no fuese una pregunta de respuesta sí o no, sino más bien una pregunta que indagará sobre la importancia de ser informadas.

4.11 Instrumento de presentación de datos

Para poder llevar a cabo el análisis de resultados, tanto de las entrevistas como de los *focus groups* realizados, se desarrolló una matriz de contenido donde se vació la información obtenida en las distintas entrevistas, tomando en cuenta los indicadores estipulados anteriormente, de manera de poder comparar la información recibida por parte de cada entrevistado.

4.11.1 Instrumento de presentación de datos entrevistas a expertos

Tabla 2. Matriz entrevistas a expertos en comunicación estratégica y sociología

Preguntas	Expertos	
	Prof. José Vicente Carrasquero	Prof. Gloria López
Ítem 1		
Ítem 2		
Ítem 3		
Ítem 4		
Ítem 5		
Ítem 6		

Ítem 7		
Ítem 8		
Ítem 9		
Ítem 10		
Ítem 11		
Ítem 12		
Ítem 13		
Ítem 14		
Ítem 15		
Ítem 16		
Ítem 17		

Tabla 3. *Matriz entrevistas a funcionarios de la Alcaldía de Sucre*

Preguntas	Funcionarios Alcaldía de Sucre		
	Diego Area	Betty Díaz	Francisco Moreno
Ítem 1			
a. ¿A quiénes?			
Ítem 2			
Ítem 3			
En cuanto a la planificación del proyecto			
Ítem 4			
Ítem 5			
Ítem 6			
Ítem 7			
Ítem 8			
Ítem 9			

En cuanto al desarrollo del proyecto			
Ítem 10			
Ítem 11			
Ítem 12			
Ítem 13			
Ítem 14			

4.11.3 Instrumento de presentación de datos Focus Group

Tabla 4. Matriz Focus Group - Crece y Progresa

Preguntas	Sujeto 1	Sujeto 2	Sujeto 3	Sujeto 4	Sujeto 5	Sujeto 6
Ítem 1						
Ítem 2						
Ítem 3						
Ítem 4						
Ítem 5						
Ítem 6						
Ítem 7						
Ítem 8						
Ítem 9						
Ítem 10						
Ítem 11						
Ítem 12						
Ítem 13						
Ítem 14						
Ítem 15						

Ítem 16						
---------	--	--	--	--	--	--

Tabla 5. *Matriz Focus Group - Contróláte y Progresá*

Preguntas	Sujeto 1	Sujeto 2	Sujeto 3	Sujeto 4	Sujeto 5	Sujeto 6
Ítem 1						
Ítem 2						
Ítem 3						
Ítem 4						
Ítem 5						
Ítem 6						
Ítem 7						
Ítem 8						
Ítem 9						
Ítem 10						
Ítem 11						
Ítem 12						
Ítem 13						
Ítem 14						
Ítem 15						
Ítem 16						
Ítem 17						
Ítem 18						

Tabla 6. *Matriz Focus Group - No participantes*

Preguntas	Sujeto 1	Sujeto 2	Sujeto 3	Sujeto 4	Sujeto 5	Sujeto 6
Ítem 1						
Ítem 2						

Ítem 3						
Ítem 4						
Ítem 5						
Ítem 6						
Ítem 7						
Ítem 8						
Ítem 9						
Ítem 10						
Ítem 11						

V. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

5.1 Entrevistas a expertos

Las entrevistas fueron realizadas, en su mayoría, en persona, de manera que se lograra mejor acercamiento e indagación con las respuestas obtenidas. Sin embargo, una de las entrevistas fue realizada por correo electrónico debido a dificultades de tiempo. Se hizo esta excepción ya que se considera la opinión de la profesora Gloria López de suma importancia para la investigación.

Debida a que en las entrevistas profundas semi-estructuradas la información obtenida puede ser amplia e ir más allá del enfoque de la investigación, se procedió a seleccionar las respuestas con la información pertinente a los objetivos de la investigación. Para esto se tomó como referencia el indicador respectivo según la tabla de operacionalización así como también los datos estipulados en el marco conceptual.

La entrevista a expertos de comunicación estratégica y sociología fueron realizadas a José Vicente Carrasquero, sociólogo y comunicador social, profesor de Ciencia Política en la Universidad Simón Bolívar y la Universidad Católica Andrés Bello, consultor en opinión pública y campañas electorales. También, a la profesora Gloria López, Directora del Centro de Investigaciones para la Infancia y Familia, de la Universidad Metropolitana.

Por otro lado, las entrevistas a funcionarios de la Alcaldía de Sucre fueron realizadas a Diego Area, Director de la Dirección de Desarrollo Social, Bettina Díaz, Directora Adjunta de la Dirección de Desarrollo Social y por último a Francisco Moreno, Coordinador de Comunicaciones de la Dirección de Salud.

Tabla 7. Matriz de resultados entrevistas a expertos en sociología y comunicación estratégica

Preguntas	Prof. José Vicente Carrasquero	Prof. Gloria López
<p>1. Según su conocimiento cuál es la mejor manera de comunicar un programa de ayuda social.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Se inicia a partir de las mujeres tiene mucha más capacidad y posibilidad de éxito que una que empiece de otra forma. ▪ Las mujeres son mas centradas normalmente, están más orientadas a la constitución de logros. ▪ Utilizar a la mujer como vehículo de comunicación ▪ El elemento mujer como fundamento de una política orientada hacia el mejoramiento de la calidad de vida. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Es importante que los usuarios (as) del programa participen en todas las etapas del programa, esto es: diagnóstico, plan de acción, ejecución, evaluación y seguimiento a los resultados del mismo. ▪ Asumir papel protagónico y activo, difundiendo y promoviendo el programa dentro de sus comunidades, grupos y organizaciones ▪ Tomar en cuenta a instituciones y otros actores que han mostrado disposición e interés en el programa para desarrollar acciones conjuntas de difusión y promoción en las diferentes comunidades.
<p>2. Usualmente cuáles son las variables psicográficas típicas de las personas que participan en programas de ayuda social.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Normalmente son madres ▪ Tienen tiempo, es decir que se dedican a sus hijos o tienen unos horarios que les permiten estar asociados a otras actividades. ▪ Es difícil llegar a aquellas personas que trabajan todo el día <ul style="list-style-type: none"> ▪ Gente de la casa ▪ Gente que hace ambiente en el barrio, en la zona, los que se encargan día a día de la casa y esas son las personas que te pueden ayudar a llegar a la comunidad. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Poblaciones en situación de pobreza relativa ▪ Los más vulnerables son los niños y las mujeres. Este es un fenómeno multicausal que tiene efectos profundos en la conducta parental, en el ambiente del hogar, en la estructura familiar y en los recursos inmediatos.
<p>3. Usted conoce la iniciativa Plan Progresá de la Alcaldía de Sucre</p>	<p>Así es la conozco, no mucho pero sé a lo que te refieres.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sé que este plan comprende 11 planes que promueven los derechos y garantías de los Sucrenses, pero yo solo he tenido contacto con el Plan Crece y Progresá
<p>4. ¿Cómo supo de ella?</p>	<p>Bueno tengo muchos contactos en la Alcaldía, trabajo en ciertos proyectos con ellos.</p>	<p>Cendif es un centro de investigaciones de la Universidad Metropolitana, a través del cual se iniciaron reuniones con la Dirección de Educación de la Alcaldía de Sucre, quien a su vez nos conectó con el personal asignado a los Hogares.</p>
<p>5. Piensa usted que de acuerdo a la idiosincrasia del venezolano, el tener información sobre un programa de ayuda lo hace que se interese en él o el simple</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ El venezolano por el hecho de que es una ayuda está ahí <ul style="list-style-type: none"> ▪ Es parte de nuestra cultura básicamente por esta idea fantasiosa de que Venezuela es un país rico que somos un país con recursos entonces la gente piensa “bueno en algún momento alguien me va a dar algo” o 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sí, por la cultura paternalista

<p>hecho de recibir ayuda de por sí lo interesa.</p>	<p>“déjame meterme en esta cola para ver qué me van a dar”</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ La gente sigue siendo muy sínica o más bien escéptica frente al asunto porque muchas veces las ayudas vienen asociadas a algún tipo de promesa política o nunca terminan siendo totalmente gratuitas, tienen un costo para mí entonces la gente tiende a ser un poco escéptica. 	
<p>6. Piensa usted que las mujeres se interesan más que los hombres en estos programas de ayuda comunitaria. ¿Por qué?</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ La sociedad venezolana es básicamente una sociedad matriarcal <ul style="list-style-type: none"> ▪ Es mujer centrística ▪ El elemento que más articula la familia en Venezuela es la mujer ▪ La mujer es la que se preocupa por el día a día y por el futuro. 	<p>Sí.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Hay más mujeres al frente del hogar ▪ La mayoría están solas con sus hijos ▪ Vivimos en una sociedad machista donde los hombres consideran que las cosas de los niños son de las mujeres y por ello no se involucran.
<p>7. En las actuales circunstancias del país cuál es su opinión en relación a estos tipos de programas.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ No creo porque la crispación la hemos vivido durante los últimos quince años ▪ Lo que la gente ve es si esto me sirve o no me sirve ▪ Tienden a ser pragmáticos en lo que le puede ayudar y en qué puede ▪ Si la gente le ve una conexión con sus necesidades y si se relaciona con su realidad o no <ul style="list-style-type: none"> ▪ Evaluación interna de si lo que me sirve me va a quitar mucho tiempo entonces a lo mejor no me sirve si me quita poco tiempo y además me sirve entonces ya la cuestión tiene más sentido y muchas veces tiene ese sentido, si ese sentido viene a través de los hijos ▪ Las madres son más dadas a pensar en el futuro de sus hijos, tu le preguntas a cualquier madre de barrio y ella quiere que su hijo estudie porque siente que el estudio es el mecanismo, es algo que sigue estando en la mente de las personas pues el estudio es el mecanismo a través del cual la gente asciende. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Estos tipos de programas deben diseminarse a nivel nacional y recibir del gobierno todo el apoyo que ameriten sin importar el partido político al que pertenezcan los empleados de las Alcaldías. ▪ Deben priorizarse los derechos de los niños y las mujeres por su alta vulnerabilidad.
<p>8. ¿Cuál cree que sea el alcance que tengan?</p>	<p>Su alcance por ahora es limitado.</p>	<p>Su alcance por ahora es limitado pero si lo diseminamos se lograría alto impacto nacional.</p>
<p>9. ¿Qué habría que hacer para que estos tipos de programas lleguen a la mayor cantidad posible del sector donde se desarrollan?</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ La ausencia de medios de comunicación electrónicos, la radio y la televisión que antes servían para comunicar este tipo de cosas y las redes sociales que tienen un alcance bastante limitado ▪ Volver al sistema boca a boca el cual te lleva a tejer redes pero donde yo pueda verificar que efectivamente la gente a lo largo de la cadena está 	<p>Evaluar y hacer seguimiento de lo que hasta ahora se ha efectuado y una vez que se corrijan los errores generar programas a nivel nacional.</p>

	<p>haciendo su trabajo de transmitir la información que yo quiero que llegue.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ El <i>multiple-step flow theory</i>, debo buscarme una cantidad de líderes de opinión y esos líderes de opinión tengo que formarlos normalmente y con ellos ir replicando el asunto ▪ Lo que yo hice con cada una de esas personas debo hacerlo con dos o tres grupos más y ellos a su vez de manera que forme un tejido social que se base en la comunicación directa ▪ Debo establecer un alcance geográfico y en ese alcance geográfico veo como hago para tejer a toda esa gente a través mi red de comunicación informal ▪ La formalidad se le va a dar a través de la fiabilidad de la información que yo esté transmitiendo a través de mi mecanismo. 	
10. Existen preferencias, según el género, a la hora de escoger un medio de comunicación social	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Más allá de los medios tradicionales ▪ Interactúan con su entorno mucho más que el hombre 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Es importante realizar un diagnóstico de los intereses y necesidades propias de los participantes ▪ Involucrarlos en todo los procesos del programa, diagnóstico, planificación, ejecución, evaluación y seguimiento <ul style="list-style-type: none"> ▪ Esta participación activa del involucrado le permitirá apoderarse del proceso y asumir como suyo el programa.
11. ¿Cuál variable tiene más peso a la hora de implementar una estrategia comunicacional, el género o el estatus social?	<ul style="list-style-type: none"> ▪ El género ▪ Las mujeres están pendientes del bienestar de su hogar y sus hijos por ende prestan más atención a información con ese tipo de contenido 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Los involucrados en el programa deben: 1. Participar activamente en todas las etapas del proceso; 2. Definir normas de participación; 3. Asumir responsabilidades individuales y grupales a cumplir; 4. Participar en la toma de decisiones.
12. ¿Cuáles medios deben utilizarse para que está información tenga mayor alcance en la población femenina?	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Qué tanto se quiere contaminar los programas con lo político, tomando en cuenta la situación de los medios convencionales como la radio comunitaria <ul style="list-style-type: none"> ▪ Volver al papel ▪ Esquemas donde la gente se vaya enterando no porque dependo de un medio radioeléctrico ▪ Volver a la época romana, pegando carteles, etc. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Es importante realizar un diagnóstico de los intereses y necesidades propias de los participantes ▪ Diagnóstico de medios que utilizan con más frecuencia antes de implementar el plan
13. ¿Cuáles deben ser las características de una estrategia comunicacional para un programa de ayuda social?	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Empezar por un esquema que se llama bola de nieve ▪ Reunirte con un grupo de personas que están previamente motivadas por dos o tres motorcitos dentro de la comunidad, básicamente porque la persona que motoriza desde afuera no 	

	<p>tiene mecanismos de establecimiento de confianza y por eso debe “tomar prestado” de gente cercana a él</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Transitividad derivada de que yo en mi barrio/comunidad pienso que tú puedes hacer algo entonces yo le digo a la otra gente. ▪ En Venezuela por supuesto eso está bastante desprestigiado ya que la gente a oído tanto de promesas que es bastante difícil volver a ganar su confianza ▪ Utiliza como mecanismo a activistas que están cerca de la alcaldía y que tienen penetración y pueden servir de puente para la comunicación. 	
14. ¿Cómo se seleccionan los mensajes de la estrategia comunicacional?	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Palabra clave es interés, “qué me interesa a mi de lo que tu me estás ofreciendo” ▪ Hacer interesante para un target ▪ Primero debo definir y entender cómo se benefician de esto ▪ Cómo hago que la persona se interese en esto para que entonces yo pueda tener un éxito a través de ello. ▪ Muchas veces este tipo de programas son por una situación remedial ▪ Los beneficios se deben traducir en la comodidad que van a brindar. 	

Tabla 8. *Matriz de resultados entrevistas funcionarios de la Alcaldía de Sucre*

Preguntas	Funcionarios Alcaldía de Sucre		
	Diego Area	Betty Díaz	Francisco Moreno
1. ¿Es importante para la Alcaldía comunicar las iniciativas que llevan a cabo en la comunidad?		Sí, sobre todo nuestros tres programas que son la base de la gestión social del municipio.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Buscar acercar a la gente a los ambulatorios ▪ Los ambulatorios se convierte en un punto de encuentro de la comunidad ▪ Va de la mano con una visión de salud preventiva que es a lo que hemos apuntado como municipio
b. ¿A quiénes?		Tanto en las comunidades como al exterior.	A todos aquellos que puedan participar en alguno de nuestros programas
2. ¿Cuáles son los medios que utiliza la Alcaldía usualmente?	<ul style="list-style-type: none"> ▪ No tenemos un presupuesto para hacer publicidad en medios ATL, cuñas en radio, comerciales, etc. 	Tenemos como un boletín donde se informa de la gestión de cada dirección.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Apalancarnos en la propia comunidad ▪ No tenemos un presupuesto para hacer publicidad en medios

	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Comunicación directa ▪ Coordinadores zonales ▪ Líderes comunitarios 		<p>ATL, cuñas en radio, comerciales, etc.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Prácticas directas con la comunidad
3. ¿Existe algún tipo de investigación sobre métodos de comunicación con los habitantes de Petare?	Otros departamentos de la Alcaldía están evaluando cómo hacerlo. Es un proyecto macro.	N/A	La verdad es que por parte de la dirección de salud no.
En cuanto a la planificación del proyecto			
4. ¿Se llevo a cabo una planificación de estrategia comunicacional?	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Hicimos asambleas en cada uno de los hogares para crecer que son 57 ▪ Nos percatamos que cerca del 85% no tienen ni idea de que la Alcaldía les da un beneficio ▪ Lograr una base de datos ▪ No sabemos bien a quiénes hemos llegado y las características de esas personas, sus necesidades entre otras cosas 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Yo como líder político de la comunidad informo de los programas de la Alcaldía. ▪ Asociaciones civiles <ul style="list-style-type: none"> ▪ Promotores 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Realmente no. ▪ Nuestro objetivo es acercar a la gente a los ambulatorios ▪ Prácticas directas con la comunidad a través de las asociaciones civiles ▪ Capacitamos a las asociaciones civiles con distintas habilidades
5. La estrategia contempla todas las etapas de cada una de las iniciativas (antes, durante, después)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Realmente no es una estrategia como tal ▪ Informar a la gente que los estamos beneficiando, eres parte de un programa, una vez que lo sepas yo me sentaré a construir los mensajes y a saber qué quiero que sepas tú de mi 	N/A	N/A
6. ¿Dicha estrategia ha sido empleada a su totalidad?	Estamos en la etapa cero	N/A	N/A
7. ¿Han tenido dificultades para emplear la estrategia?	<ul style="list-style-type: none"> ▪ No siempre las Asociaciones informan que están recibiendo una ayuda de la Alcaldía 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ No siempre las Asociaciones informan que están recibiendo una ayuda de la Alcaldía ▪ Ellos deciden qué información dar 	No siempre funcionan de la misma manera todas las asociaciones civiles. Algunas trabajan mejor que otras.
8. ¿Qué medios fueron designados para distribuir la información?	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Comunicación directa <ul style="list-style-type: none"> ▪ Asociación civil <ul style="list-style-type: none"> ▪ Promotores ▪ Líderes comunitarios ▪ Hacemos llamadas directamente a los padres ▪ Asambleas en cada Hogar para Crecer 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Tenemos unos panfletos ▪ Comunicación directa ▪ Asociación civil <ul style="list-style-type: none"> ▪ Promotores <ul style="list-style-type: none"> ▪ Líderes comunitarios 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ No usamos medios ATL ▪ Folletos, trípticos, carteleros ▪ Comunicación directa

	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Eventos ▪ Se quiere implementar una red de mensajes de texto (sistema) 		
9. ¿Cuáles son los mensajes más importantes a se difundidos a través de estas iniciativas?	En principio informar que son parte de un programa	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Promocionar lo que se está haciendo para ayudar 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Prevención ▪ Salud preventiva ▪ Ambulatorio como punto de encuentro de la comunidad
En cuanto al desarrollo del proyecto			
10. ¿Existe un seguimiento de la estrategia comunicacional empleada?	Medimos las personas que asisten a los eventos	Cada persona en la dirección tiene un grupo de personas a las cuales les hace seguimiento	No
11. ¿Qué tipo de información se distribuye durante el desarrollo del proyecto?	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Que están siendo beneficiados y cómo es ese beneficio ▪ Talleres y cursos de capacitación 	Talleres y cursos de capacitación	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Información sobre cada etapa del programa ▪ Dónde deben asistir para los diferentes exámenes. ▪ Tienen una cartilla de sus controles y de sus exámenes. ▪ Se les entrega la foto del eco
12. ¿Miden de alguna manera la incidencia de la estrategia comunicacional?	Medimos las personas que asisten a los eventos	N/A	Sí hacemos un conteo de las personas que participan. Semestral.
13. ¿Existe una diferenciación de género cuando comunican los proyectos de ayuda social?	Realmente no. Siempre lo hacemos a través de líderes comunitarios, promotores y las asociaciones civiles de cada comunidad	No, aquí tenemos voceros en las comunidades, los líderes comunitarios y nosotros mismos somos los voceros del programa	Realmente no. Siempre lo hacemos a través de líderes comunitarios, promotores y las asociaciones civiles de cada comunidad
14. ¿Qué busca transmitir la Alcaldía con este tipo de políticas públicas?	<ul style="list-style-type: none"> ▪ “Nosotros queremos que la alcaldía te acompañe a ti y a tu hijo en ese proceso de crecimiento” ▪ Hilar el resto de los programas y presentarlo de manera que podemos “ayudar a tu hijo si tu te metes en este carril, de progreso” 	Promocionar lo que se está haciendo para ayudar	Tenemos un enfoque de prevención, educación y concientización.

5.2 *Focus group*

Los *focus group* se realizaron por separado en una ubicación conveniente para las participantes para proveer un clima de comodidad y confiabilidad, de manera que se generara empatía con ellas, a fin de obtener respuestas honestas que tuvieran un aporte veraz para la investigación.

En los grupos de mujeres que participan en alguno de los programas de *Plan Progres*a se contó con la presencia de un miembro de la Alcaldía, como apoyo en la conformación del grupo y el préstamo de las instalaciones para realizarlo.

Para la recolección de la información obtenida en cada sesión de grupo de discusión se utilizaron dos dispositivos: una grabadora común y un teléfono inteligente, ambos utilizados para grabar las respuestas de las participantes y proceder a seleccionar la información

Tomando en cuenta los siguientes indicadores: opinión sobre el respectivo plan de *Plan Progres*a, conocimiento que tienen las mujeres jóvenes sobre beneficios reales, aspectos de agrado y aspectos de desagrado, se procedió a vaciar las respuestas pertinentes en las siguientes matrices. Se discriminó entre toda la información obtenida y se seleccionó la más adecuada para poder efectuar una comparación entre respuestas y un análisis posterior.

5.2.1 *Focus group Crece y Progres*a

5.2.1.1 *Focus group madres cuidadoras*

El grupo de discusión contó con la participación de seis mujeres, entre 18 y 30 años de edad. Todas ellas ejercen la función de madres cuidadoras, participando como empleadas del programa Crece y Progresa.

A continuación se especifican sus datos:

- **Sujeto 1:** Yosbely Hereida, 26 años, habitante de Barrio Unión. 2 años trabajando en Hogar para Crecer del Edificio Irene.
- **Sujeto 2:** Yamile Blanco, habitante de Barrio Unión. 1 año trabajando en Hogar para Crecer del Edificio Irene.
- **Sujeto 3:** Karina Ríos, 24 años, habitante de Barrio Unión. 2 meses trabajando en Hogar para Crecer del Edificio Irene.
- **Sujeto 4:** Yasmin Rivas, 30 años, habitante de Barrio Unión. 1 año trabajando en Hogar para Crecer del Edificio Irene. Presidenta de la Asociación Civil encargada del Hogar para Crecer.
- **Sujeto 5:** Frangelis Castro: 30 años de edad, habitante de Barrio Unión. 5 años trabajando en Hogar para Crecer del Edificio Irene.
- **Sujeto 6:** Belkis Ramírez, 25 años, habitante de Barrio Unión. 1 años trabajando en Hogar para Crecer del Edificio Irene.

Tabla 9. *Matriz de resultados Focus Group madres cuidadoras*

Preguntas	Sujeto 1	Sujeto 2	Sujeto 3	Sujeto 4	Sujeto 5	Sujeto 6
1. ¿Cuáles son los servicios que esperan por parte de la Alcaldía?	No sé	No sé	No sé	Servicios que nos den ayuda	Servicios que nos presten beneficios dentro de la comunidad	Tener en cuenta las necesidades de la gente de la comunidad
2. ¿Qué características debería tener un programa que	Bueno las mujeres son las que se encargan de la casa, la	Cuidado de nuestra salud	Ayuda para las que tienen que salir a	Ayuda para las que deben salir a trabajar	Ayuda para las que deben salir a	Conseguir-les trabajo.

ayude a mujeres?	comida, los niños así que debería ser algo así.		trabajar		trabajar. Conseguir-les trabajo.	
3. ¿Creen ustedes que la Alcaldía debería dar una ayuda especial a las mujeres?	Sí, las mujeres se encargan de muchas cosas y necesitan ayuda	De verdad que si, somos muchas las mamás las que estamos trabajando.	Es para la familia pero si más que todo para la mujer porque la que se fija de las cosas es la mujer.	Sí, una atención especial	N/A	Es importante que sientan apoyo
4. ¿Qué significa para ustedes superarse/tener una mejor calidad de vida?	Tener responsabilidades, ganas de ser profesional	Tener puertas abiertas	Aprender y tener oportunidades	Tener ganas de "echar pa'lante"	Estar aquí y tener un trabajo. Poder aprender.	Sentirme mejor conmigo misma, por tener un trabajo y responsabilidades
5. ¿Se sienten informadas sobre la ayuda que pueden recibir por parte de la Alcaldía?	En cuanto al programa sí, la señora Betty siempre nos dice de todo.	La dirección de desarrollo social nos llaman y nos informan sobre los cursos, cuándo van a ser y cuánto van a durar. Siempre son ellos los que nos mantienen informados, hay mucha información con la señora Betty. Siempre nos mantienen informados.	No, la verdad no mucho. Antes no sabía que esto era de la Alcaldía.	Sí por la Señora Betty	Sí por la Señora Betty	Sí por la Señora Betty
6. ¿Qué tipo de información les gustaría recibir?	Sí es información que me puede beneficiar a mi o alguien que conozca, algún familiar me gustaría recibirla.	Eventos	Me gustaría saber sobre otras cosas que haga la Alcaldía.	Talleres y eventos, además de los que hay aquí	Más cursos	Talleres y eventos

7. ¿Por qué es importante estar informadas sobre los tipos de ayuda que pueden recibir?					Es necesario saber lo que está pasando	
8. ¿Cómo se enteraron sobre este programa?	Otra persona que estaba trabajando en el programa	Hermano que trabaja en la alcaldía	Prima me dijo que estaban buscando	Otra persona que estaba trabajando en el programa	La Señora Betty me dijo cuando iban a montar esta guardería	Una de las muchachas que tenía que dejar de trabajar aquí
9. ¿Por qué decidieron estar en el programa?	Necesidad y me gusta trabajar con niños.	Gusto por trabajar con niños	Gusto por trabajar con niños	La Señora Betty me lo propuso	Me gusta mucho lo que se hace aquí, poder ayudar a los demás	Se necesitan guarderías así por eso me anime a trabajar aquí
10. ¿Les gustaría seguir participando?	Sí, y seguir capacitándome	Sí	Sí	No lo sé, como no todos cumplen con sus responsabilidades, no lo sé	Claro, no me veo en otro lugar	Sí, claro que sí
11. ¿Ahora que formas parte del programa, te han seguido dando información, existe seguimiento?	Sí, además de cursos	La señora Betty, ella siempre nos informa.	Si, siempre están llamando de Desarrollo Social o vienen los promotores.	Si la gente de Desarrollo Social y la Señora Betty siempre están pendientes	Si la gente de Desarrollo Social y la Señora Betty siempre están pendientes	Me dijeron de lo que hay que estar pendiente, lo que se debe hacer y ya
12. ¿Te parece que la información que recibes es suficientemente clara y la recibes a tiempo?	Sí, así es	Siempre nos mantienen informados. Betty y supervisores de la Alcaldía	Si, siempre nos mantienen informados. Promotores y Desarrollo Social	Claro la Señora Betty siempre esta informando	Siempre están pendientes de nosotros.	Sí, me siento siempre informada
13. ¿Qué otra información	Seguir sabiendo sobre los cursos	Seguir sabiendo	Seguir sabiendo	Los talleres para	N/A	Sí, como ellas

te gustaría recibir sobre el programa?	de capacitación.	sobre los cursos de capacitación.	sobre los talleres.	informarle a todas aquí		dicen
14. ¿Cómo te gustaría recibirla?	<p>Con mucha más información, propaganda, poner letreros, organizar y poner en sitios donde no haya Hogares para crecer y motivar a madres que formen su asociación.</p> <p>Asambleas comunitarias, volantes de información, eventos</p>	<p>Más personal, de manera más directa.</p>	<p>Carteles, folletos, La publicidad es más fácil, algo que llame la atención. Hay que poner las cosas más a la vista.</p>	<p>Escuchar la información de alguien que conozcas, le tengas confianza</p>	<p>Un logotipo más grande, estar más a la vista</p>	<p>No es falta de propaganda sino de interés. Entonces hacerlo más interesante de leer y escuchar</p>
15. ¿Le recomendaría a otra persona ser parte de este programa? ¿Por qué sí, por qué no?	<p>Sí, pero ya te dije con, siempre que las cosas se organizan son mucho mejor entonces a través de asambleas, reunir las y darles un poquito de guía, porque este trabajo no es tan fácil como se ve, entonces para que entiendan porque creo que este programa si ayuda mucho, tanto para el que lo necesita, tanto como para las madres cuidadoras que formarían parte de eso.</p>	<p>Lo que me parece bueno es que te identificas mucho como mamá, además que trabajando te identificas con muchas cosas.</p>	<p>Sí, es bueno. Yo le diría, que hay que tener paciencia, si tú los sabes conducir poco a poco puedas lograr que entiendan las reglas, todo poco a poco.</p>	<p>Claro que sí y les recomendaría hacer su propia asociación civil</p>	<p>Claro</p>	<p>Siempre lo recomiendo para trabajar y como guardería</p>
16. ¿Conoces algún otro programa de ayuda que ofrezca la Alcaldía?	<p>No, se que existen pero no estoy empapada en eso.</p>	<p>Si, por su hermano</p>	<p>No sé, me ha comentado una vecino sobre ayuda con las medicinas</p>	<p>Muy poco. Solo lo que nos dice la Señora Betty</p>	<p>Además de esto no</p>	<p>Algo sobre medicinas pero no sé cómo funciona</p>

5.2.1.2 Focus group madres

El grupo de discusión contó con la participación de seis mujeres, entre 18 y 30 años de edad. Todas ellas madres con hijos actualmente en el programa Crece y Progresa.

A continuación se especifican sus datos:

- **Sujeto 1:** Dina Martínez, 27 años, habitante de Barrio Unión. Casi un mes con su hijo en Hogar para Crecer del Edificio Irene.
- **Sujeto 2:** Lorena Ovalles, habitante de Barrio Unión. 3 años con su hijo en Hogar para Crecer del Edificio Irene.
- **Sujeto 3:** Stefany, 19 años, habitante de Barrio Unión. 2 años con su hijo en Hogar para Crecer del Edificio Irene.
- **Sujeto 4:** Yasmin Sánchez, 29 años, habitante de Barrio Unión. 2 años con su hija en Hogar para Crecer del Edificio Irene.
- **Sujeto 5:** Teresa Ramírez: 30 años de edad, habitante de Barrio Unión. 3 años y 2 años con sus hijos en Hogar para Crecer del Edificio Irene.
- **Sujeto 6:** Yajaira Ramírez, 25 años, habitante de Barrio Unión. 2 años con su hija en Hogar para Crecer del Edificio Irene.

Debido al poco conocimiento que poseían las participantes acerca del programa Crece y Progresa, a pesar de estar participando en él, hubo que modificar tres preguntas de la guía para la realización de focus group para poder obtener información de utilidad para la investigación.

Las preguntas que fueron modificados son las siguientes: ¿Te parece que la información que recibes es suficientemente clara y la recibes a tiempo?, ¿Qué otra información te gustaría recibir sobre el programa? y ¿Cómo te gustaría recibirla? Las cuales fueron reemplazadas por,

¿Sabían que esto es una iniciativa de la Alcaldía?, ¿Sabían cómo funciona este programa de la Alcaldía? y ¿Cómo se debería informar sobre este programa?

Tabla 10. *Matriz de resultados Focus Group madres*

Preguntas	Sujeto 1	Sujeto 2	Sujeto 3	Sujeto 4	Sujeto 5	Sujeto 6
1. ¿Cuáles son los servicios que esperan por parte de la Alcaldía?	Servicios de ayuda que te den confianza	Servicios que nos ayuden a aprender	Ayuda con cosas de la casa, que den un alivio	Servicios de ayuda en especial para las madres solas	Que lo ayuden a uno y lo básico	Servicios que nos den beneficios
2. ¿Creen ustedes que la Alcaldía debería dar una ayuda especial a las mujeres?	Sí claro pero que sea de ambas partes, que uno ponga de su parte también	No como obligación pero si es bueno que ayuden	N/A	N/A	N/A	No se debe ver como una obligación pero si es bueno que ayuden
3. ¿Qué significa para ustedes superarse/ tener una mejor calidad de vida?	Que mis hijos tengan más oportunidades que yo, que reciban una buena educación	Una buena educación para mis hijos	Poder tener las cosas que quiero. Sentirme tranquila.	Una buena educación para mis hijos que tengan oportunidades	Estar segura y tranquila	Que mis hijos tengan oportunidades
4. ¿Se sienten informadas sobre la ayuda que pueden recibir por parte de la Alcaldía?	Siempre me dan información sobre mi hijo y sobre las actividades que van a hacer	Siempre me informan sobre mi hijo	Sí, así es. Siempre sé de mi hijo	Si, hasta ahora sí	Me parece buena la información que dan	Sí
5. ¿Cómo se enteraron sobre este programa?	Vi el letrero del edificio y entre a preguntar	Preguntando	Un familiar que ya tiene su hijo aquí	Me la recomendaron	Preguntando sobre una buena guardería	Mi vecina tiene su hijo aquí
6. ¿Por qué decidieron estar en el	Como pude ver las instalaciones y como	Vi esta opción y decidí	Por el precio y el horario, además	N/A	Me pareció buena opción	Por el horario y la recomendación

programa?	trataban a los niños me decidí	probarla	salen bien preparados			
7. ¿Les gustaría seguir participando?	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
8. ¿Ahora que formas parte del programa, te han seguido dando información, existe seguimiento?	Siempre me dan información sobre mi hijo y sobre las actividades que van a hacer	Siempre me informan sobre mi hijo	Sí, así es. Siempre sé de mi hijo	Si, hasta ahora sí	Me parece buena la información que dan	Sí
9. ¿Saben que esto es una iniciativa de la Alcaldía?	Sí	No	Sí	Bueno por el cartel de afuera me imagino que sí pero no estoy muy segura.	No	Sí
10. ¿Saben cómo funciona este programa de la Alcaldía?	Sé que la Señora Betty que es de la Alcaldía viene a ver que todo esté funcionando	No	No	No estoy muy segura	No sé muy bien, sé que dan talleres y cursos de la alcaldía aquí	No
11. ¿Cómo se debería informar sobre este programa?	En los carteles que ponen afuera	Volantes y en las reuniones que hacen aquí	Mensajes de texto y otra gente que lo recomienda	Reuniones, es más directo y puedes hacer preguntas	Folletos y volantes	Reuniones
12. ¿Le recomendarían a otra persona ser parte de este programa? ¿Por qué sí, por qué no?	Por supuesto siempre lo hago	Sí claro	Sí porque me ha ido muy bien	Sí, siempre lo recomiendo	Claro que sí	Sí
13. ¿Conoces algún otro programa	Los cursos que hacen aquí	Los cursos que hacen aquí	No, solamente este	N/A	He escuchado sobre ayuda	Los cursos que hacen aquí

de ayuda que ofrezca la Alcaldía?					con las medicinas	
-----------------------------------	--	--	--	--	-------------------	--

5.2.2 Focus group *Contróláte y Progresa*

El grupo de discusión contó con la participación de seis mujeres, entre 18 y 30 años de edad. Cuatro de ellas participaron en el programa mientras que dos de ellas están actualmente participando en el programa *Contróláte y Progresa*.

A continuación se especifican sus datos:

- **Sujeto 1:** Julieta, 30 años, habitante de Brisas de Araguañey. Participó en *Contróláte y Progresa*.
- **Sujeto 2:** Lisette González, 29 años, habitante de Brisas de Araguañey. Participó en *Contróláte y Progresa*.
- **Sujeto 3:** Emily Delgado, 28 años, habitante de Brisas de Araguañey. Participó en *Contróláte y Progresa*.
- **Sujeto 4:** Francis Delgado, 24 años, habitante de Brisas de Araguañey. Participa en *Contróláte y Progresa*.
- **Sujeto 5:** Yohaira Ramírez, 22 años de edad, habitante de Brisas de Araguañey. Participó en *Contróláte y Progresa*.
- **Sujeto 6:** Laura Pacheco, 25 años, habitante de Brisas de Araguañey. Participa en *Contróláte y Progresa*.

Tabla 11. *Matriz de resultados Focus Group Contróláte y Progresa*

Preguntas	Sujeto 1	Sujeto 2	Sujeto 3	Sujeto 4	Sujeto 5	Sujeto 6
-----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------

1. ¿Es importante para ustedes su estado de salud?	Es algo aburrido pero lo más importante	Claro	Lo primordial	Lo primordial	Es lo más importante	La salud es lo primero
2. ¿Qué opinan sobre recibir ayuda antes, durante y después del embarazo?	Es importante tener un control para tener un bebé sano	Muy importante. Para saber si puedo tener bebés y cuidar el crecimiento y crianza del bebé	Muy importante así se evitan las deformaciones y enfermedades	Es bueno saber qué está pasando con tu bebé	Es un seguimiento, oportunidad de saber cómo está tu bebé	N/A
3. ¿Qué características debe tener un programa que les ayude con su embarazo?	Lo esencial es un médico	Tener medicamento al día, saber cómo esta mi bebé cómo esta creciendo, mi estado físico y mental	En cuanto al programa, pues los exámenes, ecos, consultas, vacunas	Como los talleres que nos dan aquí	N/A	Que estén pendientes de nosotros. Cursos para poder saber hacer cosas en la casa
4. ¿Cuáles son los servicios que esperan por parte de la Alcaldía?	Cursos y talleres con otros temas	Que se pueda hacer el eco aquí para no tener que bajar a Petare	Atención médica que cumpla con los horarios	Atención médica que cumpla con los horarios	Mejoren los servicios que ya tenemos	Darnos más información sobre otros servicios que haya.
5. ¿Creen ustedes que la Alcaldía debería dar una ayuda especial a las mujeres?	Estos programas deberían ser para ambos, no solo para mujeres	No una obligación pero si una ayuda para las personas que no pueden ir a un sitio privado	No puede verse como una obligación pero si como un derecho	No es su responsabilidad	No es su responsabilidad. Se debe agradecer	No puede verse como una obligación por ninguna de las partes
6. ¿Se sienten informadas sobre la ayuda que pueden recibir por parte de la	Sí, Carmen te mantiene informada	Sí, Carmen te mantiene informada	Sí, siempre estamos aquí y nos informamos	Sí, Carmen te mantiene informada	N/A	Sí, uno siempre está informado

Alcaldía?						
7. ¿Qué tipo de información les gustaría recibir?						
8. ¿Por qué es importante estar informadas sobre los tipos de ayuda que pueden recibir?	Saber las cosas que se pueden tener	Si yo estoy informada puedo ayudar a que otros lo estén	Así se integra la comunidad	Para saber las cosas que se pueden hacer	Saber las cosas que se pueden tener	N/A
9. ¿Cómo se enteraron sobre este programa?	Por parte de Carmen	Por parte de Carmen	Por parte de Carmen	Por parte de Carmen	Por parte de Carmen	Por parte de Carmen
10. ¿Por qué decidieron estar en el programa?	La cercanía	La cercanía	La cercanía	La cercanía y recomendación de Carmen	La cercanía	Recomendación de Carmen
11. ¿Les gustaría seguir participando?						
12. ¿Ahora que formas parte del programa, te han seguido dando información, existe seguimiento?	Sí, Carmen siempre pendiente	Adentro? Sí, recibimos bastante información	Sí, sí. El doctor, las enfermeras y Carmen siempre te informan	Sí, Carmen siempre pendiente	N/A	Sí, sí. El doctor, las enfermeras y Carmen siempre te informan
13. ¿Te parece que la información que recibes es suficientemente clara y la recibes a tiempo?	Sí, Carmen siempre pendiente	Adentro? Sí, recibimos bastante información	Sí, sí. El doctor, las enfermeras y Carmen siempre te informan	Sí, Carmen siempre pendiente	N/A	Sí, sí. El doctor, las enfermeras y Carmen siempre te informan

14. ¿Cómo te gustaría recibirla?	Sí, sí, hasta ahora está bien	Así como es hasta los momentos, está bien, por lo menos Carmen es muy comunicativa	Sí, sí, hasta ahora está bien	Las personas que vienen a las charlas y talleres pueden ser mensajeros también	Sí, sí, hasta ahora está bien	Repartiendo más folletos la gente se puede enterar más
15. ¿Le recomendarían a otra persona ser parte de este programa? ¿Por qué sí, por qué no?	Sí a todo el mundo	Claro, lo recomendaría mucho	Sí, comento los beneficios	Claro, a familiares y amigos	Por su puesto, se debe recomendar	Lo recomendaría mucho
16. ¿Conoces algún otro programa de ayuda que ofrezca la Alcaldía?	No la verdad es que no	No, solo sé la información que hay aquí	Los cursos de salud	No la verdad es que no	No la verdad es que no	No la verdad es que no

5.2.3 Focus group No Participantes

El grupo de discusión contó con la participación de seis mujeres, entre 18 y 30 años de edad. Ninguna de ellas ha participado o está participando en alguno de los 11 programas de Plan Progresá.

A continuación se especifican sus datos:

- **Sujeto 1:** Luzmari Terán, 25 años, habitante de Barrio Unión. 1 hijo de 4 años de edad.
- **Sujeto 2:** Mercedes Sánchez 30 años, habitante de Barrio Unión. Un hijo pequeño que va a la guardería.
- **Sujeto 3:** Alejandrina Sucre 29 años, habitante de Barrio Unión. Dos hijos pequeños.

- **Sujeto 4:** Gladys Pérez, 30 años, habitante de Barrio Unión. 1 hijo de 3 y un nieto de 4 años.
- **Sujeto 5:** Mireya Sánchez: 30 años de edad, habitante de Barrio Unión. 1 hija pequeña que va para la guardería.
- **Sujeto 6:** Yesenia Marbal, 23 años, habitante de Barrio Unión. Hija de 2 años de edad.

Al momento de realizar el *focus group* y entender que las participantes tenían muy poco conocimiento sobre los programas de la Alcaldía, se pensó pertinente agregar un tema a la discusión con la siguiente pregunta ¿Cómo les gustaría recibir esa información? Debido a que esta pregunta permitiría indagar más sobre los medios de comunicación preferidos por la población femenina.

Tabla 12. *Matriz de resultados Focus Group No Participantes*

Preguntas	Sujeto 1	Sujeto 2	Sujeto 3	Sujeto 4	Sujeto 5	Sujeto 6
1. ¿Participarías en un programa que ofrezca ayuda por parte de la alcaldía?	Sí, por qué no	Sí, sí es para el beneficio de uno	Creo que sí	Sí, si me ayuda y es bueno	Creo que sí	Sí me va a ayudar en algo lo haría
2. ¿Qué significa para ustedes superarse/tener una mejor calidad de vida?	Salir de donde yo vivo	Poder tener los servicios básicos como todo el mundo	Con mejor educación que mis hijos tengan una mejor vida	Tener aspiraciones, una mejor educación	Darle una buena educación a los hijos	Poder disfrutar y estar tranquila
3. ¿Creen ustedes que la Alcaldía debería dar una ayuda especial a las mujeres?	Sí, pasa que por ser mujer necesitas más ayuda	Siempre y cuando necesiten la ayuda está bien	N/A	Sí, sobre todo a las madres que trabajan	N/A	Sí, las mujeres nos encargamos de todo en la casa necesitamos más ayuda
4. ¿Conocen algún programa de la	Llevo a mi hijo a un	Yo sé que en Chacao	He escuchado	No, la verdad no	No, la verdad	No, la verdad no

	Alcaldía que ayude económicamente o de otras maneras?	odontólogo de la Alcaldía pero no sé más	ayudan a los mayores con la tensión	que te ayudan con las medicinas pero no sé cómo funciona	sé	no sé	sé
5.	¿Cómo han recibido esta información?	Me recomendaron los odontólogos ahí y ya	N/A	Lo he escuchado de vecinos	N/A	N/A	N/A
6.	¿Les gustaría participar en alguno de estos programas?	Sí	Como no sé mucho de ellos, no sé la verdad	Sí	Me gustaría saber cuáles son para decidir	No lo sé	Sí recibo información puede ser que sí
7.	¿Les gustaría recibir más información de la que ya saben para poder tomar una decisión?	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
8.	¿Cómo les gustaría recibir esa información?	En reuniones que hagan	Notificaciones o en asambleas de vecinos	Asambleas de vecinos	De manera directa, en los colegios, en lugares donde pase mucha gente	Repartir reuniones en los panfletos para quedarte con la información	Asambleas o reuniones

VI. ANÁLISIS DE RESULTADOS

6.1 Análisis de entrevistas a expertos y funcionarios de la Alcaldía de Sucre

El procesamiento de las respuestas obtenidas a través de las entrevistas semi-estructuradas se realizó en base a los siguientes objetivos específicos, planteados al inicio de esta investigación: describir los medios utilizados por la Alcaldía de Sucre para comunicar *Plan Progres*a, específicamente *Crece y Progres*a y *Contról*ate y *Progres*a, identificar las variables demográficas y psicográficas de la audiencia e identificar cuáles son los medios de comunicación que prefiere la población femenina de 18 a 30 años de edad que habitan en las comunidades de Petare Norte.

Como resultado de las diversas temáticas surgidas a partir de las respuestas obtenidas en las distintas entrevistas, el orden del análisis se elaboró dentro de una serie de categorías relevantes para la presente investigación, la realizada a expertos obtuvo: comunicación estratégica de programas de ayuda enfocados en la mujer, la idiosincrasia venezolana, medios adecuados para la transmisión de programas de ayuda social y características de participantes de programas de ayuda social.

Por otra parte, a partir de las respuestas obtenidas en las entrevistas a funcionarios de la Alcaldía las temáticas sugeridas fueron: mensajes que busca transmitir la Alcaldía con sus programas sociales, medios de comunicación y estrategias utilizadas para difundir programas sociales y, dificultades presentadas al implementar dichas estrategias.

6.1.1 Comunicación estratégica de programas de ayuda enfocados en la mujer

El diseño para una comunicación estratégica para programas de ayuda social que estén enfocados en la mujer, parte ya con un público objetivo que tiene preferencias por este tipo de iniciativas, como lo establecen ambos expertos, las mujeres son, generalmente, las encargadas de

la crianza y bienestar de los hijos y la familia en general, creando una predisposición a iniciativas que pretendan ayudarlas en esos aspectos.

A pesar de tener definida la audiencia, es imperativo fijar claramente el target al que va dirigido dicho programa, usualmente estos son ideados para mujeres en situación de exclusión y bajos recursos, por ende, la planificación de la comunicación estratégica de cualquier programa debe tomar en cuenta las necesidades, intereses y entorno del target en cuestión.

Los expertos concluyen que a la hora de elegir participar en un programa social, los participantes tienden a ser prácticos en su evaluación, por lo cual, la construcción de los mensajes clave debe siempre resaltar los beneficios que se pueden obtener al participar en algún programa de esta índole. Dichos mensajes deben generar un gran interés en la audiencia ya que existe una predeterminación de no creer en “falsas promesas”.

Como bien los explica Carrasquero, se da una:

“Evaluación interna de si lo que me sirve me va a quitar mucho tiempo entonces a lo mejor no me sirve, si me quita poco tiempo y además me sirve, entonces ya la cuestión tiene más sentido y muchas veces tiene ese sentido, si ese sentido viene a través de los hijos” (J. Carrasquero, comunicación personal, 25 de junio, 2014)

De igual manera para la planificación se debe tomar en cuenta no solo la preferencia de medios de comunicación, sino también la realidad y el entorno en el cual viven las personas a quienes va dirigida la iniciativa, para poder entonces elegir los canales de comunicación correctos y eficaces que permitan lograr una incidencia en la población objetivo.

Ambos expertos están de acuerdo en que se debe generar empatía entre el “anunciante” del programa y quien recibe la información. Los últimos deben formar parte del proceso de comunicación para poder generar una influencia tangible en ellos. Bien lo explica López (2014)

al mencionar, “esta participación activa del involucrado le permitirá apoderarse del proceso y asumir como suyo el programa”.

Para esto se emplea un “esquema de bola de nieve”, donde con la participación de personas reconocidas dentro de la comunidad se genere credibilidad para el programa, ya que, como lo explica Carrasquero (2014), “la persona que motoriza desde afuera no tiene mecanismos de establecimiento de confianza y por eso debe “tomar prestado” de gente cercana a él”. Creando de esta manera puentes de comunicación entre las comunidades y el ente que gestiona el programa de ayuda social.

La teoría de los flujos múltiples de comunicación explica de manera adecuada la influencia que tienen estos líderes en la opinión pública dentro de sus comunidades. Lazarsfeld (1955) explica que, al ser personas mejor preparadas e informadas se convierten en líderes de opinión y a su vez fungen el rol de intermediario entre el medio, en este caso el ente gubernamental o no gubernamental que desarrolla el programa de ayuda social, y las masas, es decir, los miembros de la comunidad donde se desea implementar el programa.

Usualmente este tipo de programas no tienen un gran alcance dentro del territorio nacional. Sin embargo, los puentes de comunicación mencionados anteriormente permiten a los involucrados asumir un papel protagónico, el cual genera una motivación intrínseca para difundir y promover el programa dentro de sus comunidades, grupos y organizaciones. De igual manera, para mayor efectividad se deben tomar en cuenta instituciones y otros actores que han mostrado disposición e interés en el programa para desarrollar acciones conjuntas de difusión y promoción.

6.1.2 Idiosincrasia venezolana

El venezolano es caracterizado por una idiosincrasia particular que se ve directamente influenciada por la economía mono-productora que ha tenido el país desde el siglo XVIII. La

naturaleza del venezolano está directamente relacionada con la disposición de participar en programas que ofrezcan ayuda social. Carrasquero (2014) sugiere que, “el venezolano por el hecho de que es una ayuda está ahí”.

Existe la creencia de que por ser un “país rico” se cuenta con los recursos para ofrecer ayuda en todos los ámbitos sociales, lo cual genera una especie de dependencia del Estado, usualmente llamada Paternalismo de Estado. Esta disposición logra que los venezolanos se acerquen a cualquier programa de ayuda social aun cuando no tengan información y no sepan las especificaciones del programa.

Sin embargo, existe un escepticismo hacia dichos programas debido a la innumerable cantidad de “promesas políticas” que se han desarrollado a lo largo de la historia contemporánea de la política venezolana. Concorre un escepticismo frente a los programas de ayuda social ya que son asociadas con algún tipo de promesa política, al final teniendo algún tipo de costo.

6.1.3 Medios adecuados para la transmisión de programas de ayuda social

Lazarsfeld (1955) nos explica que los medios de comunicación no son los únicos en ejercer una influencia en las masas en cuanto a la transmisión de información. Los miembros de una sociedad se ven influenciados mayormente por su estructura social, por quienes la lideran y tienen mayor credibilidad en ella, que por los medios de comunicación.

Tomando en cuenta la posición de Lazarsfeld es esencial realizar un diagnóstico previo de las necesidades y realidades del entorno donde habitan. En la situación actual del país, los medios de comunicación de masas, especialmente los públicos, se ven sesgados hacia una cierta tendencia política. Dicha situación genera un cambio en la estrategia convencional de promoción, “se debe volver a la época romana, de pegar carteles, usar el papel”, expresa Carrasquero (2014).

Se deben tomar en cuenta medios no convencionales que proporcionen una comunicación directa entre las partes, de manera de no depender de medios radioeléctricos y lograr una independencia favorable.

Vale hacer una acotación en cuanto a medios no convencionales, en la actualidad es lo usual que al hablar sobre medios no convencionales la costumbre sea pensar en las redes sociales, no obstante, como fue explicado en el análisis de la planificación de la comunicación estratégica de un programa de ayuda social, se debe tomar en cuenta la realidad del entorno del target objetivo.

A pesar de ser un país con una alta penetración de redes sociales en la población, como lo establece una investigación realizada por Tendencias Digitales, la cual muestra que en el país existe, “una penetración del 33%, porcentaje que se ubica por encima del promedio de penetración regional que suma 27 por ciento” (Tendencias, 2012, ¶1), las redes sociales tienen un menor alcance de lo que se piensa en las comunidades de bajos recursos. Es por esto que no se deben considerar como medios principales para difundir información sobre programas de ayuda social.

Retomando la teoría de los flujos múltiples de comunicación, utilizar el sistema boca a boca permite tejer redes de comunicación, con los líderes de opinión de cada comunidad como cabecilla de cada red, de esta manera puede existir una contraloría de la información que se está deliberando y si efectivamente el target objetivo, a lo largo de la cadena, está haciendo su trabajo de transmitir y recibir información, basando esta red en una comunicación social directa.

A pesar de que esta estrategia pueda verse como la utilización de medios informales, la construcción de una red de comunicación a través de líderes de opinión de la comunidad adquiere formalidad a través de la fiabilidad de la información que el ente gubernamental o no gubernamental esté transmitiendo a través del mecanismo establecido.

Por último, es importante evaluar y hacer seguimiento de lo que se ha efectuado y que exista un mecanismo de retroalimentación dentro de la comunidad, que permita que esta evaluación sea holística. De esta manera la retroalimentación que se genere servirá como herramienta para la corrección de estrategias ya empleadas, así como para la implementación de nuevas.

6.1.4 Características de participantes de programas de ayuda social

Lazarsfeld (1955) establece que la sociedad se ve influenciada por su estructura social en el momento de toma de decisiones. Al igual que lo establece Solomon (2008), para poder ejercer una estrategia adecuada se debe segmentar la audiencia, es decir, dividir en grupos que compartan uno o más intereses similares. Conocer las características de aquellos propensos a involucrarse en un programa de ayuda social es de suma importancia para poder planificar una estrategia comunicacional adecuada.

Además de la naturaleza dada por nuestra idiosincrasia machista, donde las mujeres son vistas como las responsables del cuidado del hogar y bienestar de la familia, existe un denominador común entre los participantes de programas de ayuda social.

Por lo general, quienes tienen la intención de participar en los programas mencionados son madres, debido a que ellas están centradas en el porvenir de sus hijos. De igual manera, es usual que las personas que hacen actividades dentro de su comunidad, sean también las encargadas del día a día en su casa. Así mismo, tengan tiempo que les permita estar en contacto con lo que sucede en su comunidad, lo cual las hace propensas a participar en programas sociales.

Igualmente, una característica predominante es formar parte de poblaciones en situación de pobreza relativa, en donde los más vulnerables son los niños, niñas y mujeres. Este es un

fenómeno multi-causal que tiene efectos profundos en la conducta parental, en el ambiente del hogar, en la estructura familiar y en los recursos inmediatos.

6.1.5 Mensajes que busca transmitir la Alcaldía con sus programas sociales

A través de sus programas de gestión social, como lo es *Plan Progresá*, la Alcaldía de Sucre busca posicionar, ya sea intencional o no, mensajes que se relacionen con el foco principal del cometido del municipio. Utilizando dos de los programas dentro de *Plan Progresá*, *Crece y Progresá* y *Contróláte y Progresá*, como referencia, se determinaron los siguientes mensajes:

En primer lugar, el poder comunicar a la población, en situación de exclusión, de las herramientas existentes que están a su alcance gracias a la gestión social de la Alcaldía. Informar el propósito de cada una de estas iniciativas, poder dar a conocer cómo y cuán beneficiados se pueden ver al participar en alguno de los programas y, finalmente, generar empatía y una conexión con la audiencia objetivo para establecer una relación y así vincularlos a todos los programas ofrecidos por ellos.

Debido a las restricciones en los medios convencionales, existe también un interés en comunicar cómo ya están siendo beneficiados por programas pertenecientes a la Alcaldía que no cuentan con una promoción convencional.

Por último, relacionado al vínculo que se busca crear con las comunidades, uno de los mensajes primordiales que requiere ser difundido es cómo las estructuras proporcionadas por la Alcaldía, como los Hogares para Crecer y los Ambulatorios, pueden ser un pilar central de la actividad comunitaria, así como un punto de encuentro para todos en la comunidad.

6.1.6 Medios de comunicación y estrategias utilizadas para difundir programas sociales

Como fue expuesto por los expertos entrevistados, los medios convencionales tienden a no tener una influencia tan importante en las masas como pueden llegar a tenerla los líderes de opinión. En este caso, los líderes comunitarios y aquellas personas que juegan un rol importante en el desempeño de la comunidad, es por esto que la Alcaldía debe afianzar la credibilidad de los programas sociales utilizando a los líderes comunitarios como voceros principales de los proyectos.

La primera estrategia que se plantean ambas direcciones de la Alcaldía es generar un nexo a través de las edificaciones municipales, hacer de ellas el punto de encuentro de la comunidad. De esta manera, al “apalancarse en los puntos de encuentro de la comunidad” (Moreno, F., comunicación personal, 5 de agosto, 2014), es más efectivo comunicar los beneficios que brinda cada programa ofrecido por ellos. Como bien sugiere Moreno (2014), “tiene mas credibilidad que tu vecino te diga, <mira vamos al ambulatorio que aquí te atienden bien, tienen estos servicios>, a que te lo diga algún desconocido que solo sabes trabaja para la Alcaldía”.

De igual manera, se plantea la creación de Asociaciones Civiles como estrategia para difundir las iniciativas de la Alcaldía, a la vez empoderando y dando protagonismo a líderes comunitarios en la planeación y difusión de programas para el “progreso de su comunidad”. Las asociaciones civiles, elegidas por voto popular en una comunidad, son un ejemplo de la aplicación de la teoría de los flujos múltiples de la comunicación, donde los presidentes de las asociaciones, al estar mejor informados y preparados sirven de intermediarios entre la Alcaldía y los miembros de la comunidad. Transmitiendo así la información requerida de manera directa y con una posibilidad de multiplicidad a través de las demás asociaciones que se vayan formando.

La realización de eventos y asambleas, es también una estrategia planteada por parte de la Alcaldía, la cual tiene dos objetivos, comunicar de manera directa los beneficios, características y ventajas de cada programa, así como, el reconocimiento por parte de los organizadores de aquellas personas que participan y están interesadas en participar. Permitiendo así un posible

diagnóstico de los intereses y necesidades de las comunidades para poder ejercer de manera efectiva las políticas públicas planteadas por la gestión.

6.1.7 Dificultades presentadas al implementar dichas estrategias

A pesar de que las asociaciones civiles representan una forma viable y adecuada para comunicar los programas sociales que implementa la Alcaldía, según los funcionarios de ésta, es posible encontrar discrepancias entre la información que se desea comunicar y la que es comunicada realmente.

Así mismo, el no contar con un presupuesto que esté acorde con las necesidades de cada dirección, en materia de comunicación, presenta una serie de limitaciones y dificultades para difundir de manera efectiva las iniciativas de la Alcaldía. Generando así una mayor importancia en el papel que juegan las asociaciones civiles y demás formas de organización en el proceso de comunicación con las comunidades. Por otra parte, la falta de una planeación real de la estrategia comunicacional, conlleva también dificultades en el proceso de comunicación de las iniciativas sociales.

6.2 Análisis de contenido de focus groups

El procesamiento de las respuestas obtenidas a través de los grupos focales se realizó en base a los siguientes objetivos específicos, planteados al inicio: identificar cuáles son los medios de comunicación que prefiere la población femenina de 18 a 30 años de edad que habitan en las comunidades de Petare Norte; medir la aceptación del mensaje del programa *Plan Progres*a y medir el posicionamiento del programa *Plan Progres*a en la población indicada.

El orden del análisis se elaboró dentro de una serie de categorías relevantes para la presente investigación, como resultado de las diversas temáticas surgidas a partir de la

interacción de los participantes: conocimiento de los programas, posicionamiento de *Plan Progres*a y de los programas en específico, aceptación de *Plan Progres*a y de los programas en específico, y, finalmente, medios de comunicación preferidos por la población femenina entre 18 y 30 años.

6.2.1 *Análisis Crece y Progres*a

6.2.1.1 *Conocimiento del programa*

Para entender el conocimiento por parte de quienes participan como madres con hijos en Hogares para Crecer del plan Crece y Progres

a, se realizaron las siguientes preguntas, *¿Cómo se enteraron sobre este programa?* y *¿Por qué decidieron estar en el programa?*. La mayoría de las participantes explica que alguna persona de su entorno, ya sea amigos o familiares, les recomendaron la guardería como un buen sitio para sus hijos.

De igual manera al preguntar *¿Por qué decidieron estar en el programa?*, revelaron el conocimiento que poseen sobre los beneficios del programa y las características que llamaron su atención. Tres de ellas contestaron que el precio y el horario fueron los atributos que captaron su atención, una mencionó que tuvo la oportunidad de ver las instalaciones y esto ayudó en su toma de decisión, mientras que a otra simplemente le pareció una buena oportunidad.

También se les preguntó *¿Ahora que formas parte del programa, te han seguido dando información, existe seguimiento?*, todas se sienten bien informadas sobre el estado de su hijo durante el tiempo que pasa en la guardería, también se sienten informadas sobre los talleres o cursos que dan en el edificio. Sin embargo, ninguna hizo referencia a información específica sobre el plan o sus beneficios.

Como consecuencia, debido al poco conocimiento que poseían las participantes acerca del programa Crece y Progresa, a pesar de estar participando en él, se tuvo que modificar tres preguntas de la guía para la realización de *focus group* para poder obtener información de utilidad para la investigación. Las preguntas fueron las siguientes, *¿Saben que esto es una iniciativa de la Alcaldía?*, *¿Saben cómo funciona este programa de la Alcaldía?* y *¿Cómo se debería informar sobre este programa?*

En cuanto a conocimiento del programa como iniciativa de la Alcaldía, tres de ellas sabían que estaban participando en un programa de la Alcaldía, dos no sabían y una de tenía alguna idea gracias al cartel que está afuera del edificio. No obstante, cuando contestaron la pregunta *¿Sabes cómo funciona este programa de la Alcaldía?*, cinco de ellas no sabían cómo funciona el programa y tan solo una sabía que la Señora Betty trabaja para la Alcaldía y “supervisa que todo esté funcionando”.

Por otro lado, para entender el conocimiento por parte de quienes participan como madres cuidadoras en Hogares para Crecer del plan Crece y Progresa, se realizaron las siguientes preguntas, *¿Cómo se enteraron sobre este programa?* y *¿Por qué decidieron estar en el programa?*, donde la mayoría respondió que habían sido referidas por alguien que anterior o actualmente está trabajando como madre cuidadora, mientras que una de ellas, la presidenta de la Asociación Civil, fue referida al programa por la Señora Betty Díaz, Directora Adjunta de la Dirección de Desarrollo Social.

La segunda pregunta obtuvo en su mayoría la respuesta “porque me gusta trabajar con niños”, mientras que dos mencionaron que la necesidad de empleo las acercó a participar en este programa.

6.2.1.2 Posicionamiento de Plan Progresas y Crece y Progresas

El posicionamiento es evaluado, en la presente investigación, en cuanto a la percepción de las participantes, tanto madres como madres cuidadoras. Tomando en cuenta la opinión sobre *Plan Progresas* y *Crece y Progresas*, el conocimiento que tienen las mujeres jóvenes sobre beneficios reales, los aspectos de agrado y aspectos de desagrado.

Para determinar el posicionamiento se hicieron las siguientes preguntas, *¿Cuáles son los servicios que esperan por parte de la Alcaldía?*, *¿Creen ustedes que la Alcaldía debería dar una ayuda especial a las mujeres?*, *¿Les gustaría seguir participando?* y *¿Le recomendarían a otra persona ser parte de este programa? ¿Por qué sí, por qué no?*

En cuanto a la primera pregunta *¿Cuáles son los servicios que esperan por parte de la Alcaldía?*, la mayoría de las respuestas giraron en torno a servicios de ayuda. Cuatro de las participantes están de acuerdo que los servicios que esperan por parte de la alcaldía deben ser servicios de ayuda, sobre todo para las madres. Dos de las participantes opinan que estos servicios deben referirse a servicios básicos.

Para la pregunta *¿Creen ustedes que la Alcaldía debería dar una ayuda especial a las mujeres?*, no hubo respuesta de tres participantes, mientras que las tres restantes coincidieron en que una ayuda por parte de la Alcaldía no debe ser percibida como una obligación, sino más bien como algo extra, una ayuda extra que pueden recibir.

En cuanto a la tercera pregunta, *¿Les gustaría seguir participando?*, todas en unanimidad respondieron positivamente sobre continuar participando en el programa. Dando a entender que la experiencia que han tenido al participar en el programa ha sido positiva, por lo cual tienen la disposición de seguir formando parte de él.

Finalmente para la pregunta *¿Le recomendarían a otra persona ser parte de este programa? ¿Por qué sí, por qué no?*, las respuestas obtenidas de nuevo fueron positivas en unanimidad. En sus respuestas destacan también sus aspectos de agrado hacia el programa al hacer referencia a los beneficios por los cuales recomendarían la participación en el programa a otras personas, en especial a familiares y amigos.

Es claro que, a pesar de no tener mucho conocimiento sobre lo específico del programa, podría calificarse de positiva la percepción que tienen hasta ahora del mismo. Los aspectos positivos se ven mientras que los aspectos de desagrado prácticamente no fueron mencionados por ninguna de las participantes. Así como también los beneficios obtenidos por participar son percibidos como reales y no solo una promesa por cumplir.

Finalmente, se puede destacar que en ningún momento las participantes relacionan Crece y Progresas con *Plan Progresas*, ninguna respuesta obtenida menciona si quiera al programa macro.

6.2.1.3 Aceptación de Plan Progresas y Crece y Progresas

La aceptación es evaluada, en la presente investigación, en cuanto a la participación de las mujeres tanto madres como madres cuidadoras. Tomando en cuenta las ventajas que perciben y su grado de importancia, así como las desventajas y su grado de importancia.

Para medir la aceptación en cuanto a si perciben o no las ventajas y desventajas, se utilizaron las respuestas de las siguientes preguntas *¿Qué significa para ustedes superarse/tener una mejor calidad de vida?*, ya que permite entender si el programa les da alguna ventaja para obtener “una mejor calidad de vida” y *¿Le recomendarían a otra persona ser parte de este programa? ¿Por qué sí, por qué no?*, debido a que esta pregunta permite también identificar las ventajas percibidas y su grado de importancia.

Para la primera pregunta *¿Qué significa para ustedes superarse/tener una mejor calidad de vida?*, la mayoría de las respuestas giraron en torno a la educación de sus hijos y la obtención de oportunidades. Cuatro de las participantes relacionó el significado de “mejor calidad de vida” con poder proveer una buena educación para sus hijos, así como también tener oportunidades. Dos de las participantes relacionar el término “mejor calidad de vida” con el tema de seguridad, contestaron que el hecho de sentirse seguras y tranquilas es sinónimo de una mejor calidad de vida.

En cuanto a la pregunta *¿Le recomendarían a otra persona ser parte de este programa? ¿Por qué sí, por qué no?*, las ventajas que salieron a relucir en las respuestas son: para las madres cuidadoras, el hecho de que “tienes la oportunidad de desarrollarte y capacitarte en un área específica, así como poder tener un trabajo que te permite tener un oficio”. Para las madres que reciben el beneficio, las ventajas que se destacan son el horario que presta el establecimiento, el bajo costo del servicio así mismo la calidad del servicio, el cual es la característica que más le recomendarían a amigos y familiares.

Finalmente, se puede destacar que en ningún momento las participantes relacionan Crece y Progresa con *Plan Progresa*, ninguna respuesta obtenida tiene en su contenido si quiera como mención al programa macro.

6.2.1.4 Medios de comunicación preferidos por la población femenina

Tomando en cuenta ambos *focus group*, madres y madres cuidadoras, para las preguntas, *¿Cómo se debería informar sobre este programa?*, *¿Cómo se enteraron del programa?*, y *¿Se sienten informadas sobre la ayuda que pueden recibir...?*, las respuestas nos permiten obtener una idea acerca del proceso de comunicación para mujeres y cuáles son sus medios de preferencia.

Para la primera pregunta *¿Cómo se debería informar sobre este programa?*, el tema general en las respuestas fue, a través de una comunicación directa, en asambleas o reuniones. De las 12 participantes, seis de ellas respondieron que les gustaría recibir información de manera directa, en reuniones, asambleas o de personas que ellas conozcan.

Tres, mencionaron que la distribución de volantes y folletos en reuniones o asambleas así como en lugares usuales de socialización, sería una buena manera de comunicar la información. Una de ellas contestó que no solamente influye el medio que se utilice sino también el interés por parte de las personas que están ofreciendo la información. Otras tres participantes respondieron que la publicidad existente debe estar más a la vista y llamar más la atención.

6.2.2 Análisis Contróláte y Progresá

6.2.2.1 Conocimiento del programa

Para entender el conocimiento por parte de quienes participan en el programa *Contróláte y Progresá*, se realizaron las siguientes preguntas, *¿Cómo se enteraron sobre este programa?* y *¿Por qué decidieron estar en el programa?*. La mayoría de las participantes explican que fue a través de la Señora Carmen, miembro de la Asociación Civil de su comunidad, que obtuvieron información acerca del programa y cómo podían formar parte de él.

De igual manera al preguntar *¿Por qué decidieron estar en el programa?*, cinco de ellas respondieron que debido a la cercanía de sus viviendas les interesó participar en el programa, lo que da a entender que poseen información sobre los beneficios que pueden recibir cerca de su casa. Mientras que dos de ellas respondieron que tomaron la decisión gracias a la recomendación de la Señora Carmen.

También se les preguntó *¿Ahora que formas parte del programa, te han seguido dando información, existe seguimiento?*. Cinco de ellas contestaron que siempre se sienten informadas acerca de las actividades, taller, charlas y beneficios que pueden recibir. En este caso existe un alto porcentaje de conocimiento en cuanto al programa *Contróláte y Progresa*, ya que reciben información directa y en el lugar sobre los pasos del programa, a dónde deben ir para hacerse los exámenes y además se sienten capaces de informar a los demás.

6.2.2.2 *Posicionamiento de Plan Progresa y Contróláte y Progresa*

El posicionamiento es evaluado en la presente investigación, en cuanto a la percepción de las participantes. Tomando en cuenta la opinión sobre *Plan Progresa* y *Contróláte y Progresa*, el conocimiento que tienen las mujeres jóvenes sobre beneficios reales, los aspectos de agrado y aspectos de desagrado.

Para determinar el posicionamiento se hicieron las siguientes preguntas, *¿Cuáles son los servicios que esperan por parte de la Alcaldía?*, *¿Creen ustedes que la Alcaldía debería dar una ayuda especial a las mujeres?*, *¿Les gustaría seguir participando?* y *¿Le recomendarían a otra persona ser parte de este programa? ¿Por qué sí, por qué no?*

La primera pregunta *¿Cuáles son los servicios que esperan por parte de la Alcaldía?*, la mayoría de las respuestas giraron en torno a servicios de atención médica, cursos y talleres de capacitación. Dos de las participantes respondieron que esperan un servicio de atención médica. Una de ellas, opina que se deben mejorar los servicios existentes. Por otra parte, una menciona que un servicio importante sería difundir otro tipo de cursos y talleres que auspicie la Alcaldía.

En cuanto a la pregunta *¿Le recomendarían a otra persona ser parte de este programa? ¿Por qué sí, por qué no?* Se obtuvo unanimidad en la respuesta, todas las participantes respondieron, con mucho énfasis, que recomendarían a sus amigos, familiares o cualquier persona interesada, sobre los beneficios que se obtienen al participar en el programa. Podemos

ver que los beneficios percibidos por las participantes son tan reales, que incluso recomendarían a personas cercanas y desconocidas, formar parte del programa.

Finalmente, se puede destacar que en ningún momento las participantes relacionan *Contróláte y Progresa* con *Plan Progresa*, ninguna respuesta obtenida tiene en su contenido si quiera como mención al programa macro.

6.2.2.3 Aceptación de Plan Progresa y Contróláte y Progresa

La aceptación es evaluada, en la presente investigación, en cuanto a la participación de las mujeres. Tomando en cuenta las ventajas que perciben y su grado de importancia, así como las desventajas y su grado de importancia.

Para medir la aceptación en cuanto a si perciben o no las ventajas y desventajas, se utilizaron las respuestas de las siguientes preguntas *¿Qué significa para ustedes superarse/tener una mejor calidad de vida?*, ya que permite entender si el programa les da alguna ventaja para obtener “una mejor calidad de vida” y *¿Le recomendarían a otra persona ser parte de este programa? ¿Por qué sí, por qué no?*, debido a que esta pregunta permite también identificar las ventajas percibidas y su grado de importancia.

En cuanto a la pregunta *¿Qué opinas sobre recibir ayuda antes, durante y después del embarazo?*, la discusión giro entorno al tema de la prevención, de la importancia de estar informado sobre la salud de tu bebé y que puedas cuidar tu propia salud. Todas las participantes estuvieron de acuerdo en que el mayor beneficio que brinda un programa así es el cuidado y atención hacia la salud del bebé.

Finalmente, se puede destacar que en ningún momento las participantes relacionan Contróláte y Progresá con *Plan Progresá*, ninguna respuesta obtenida tiene mención al programa macro.

6.2.2.4 Medios de comunicación preferidos por la población femenina

Tomando en cuenta las siguientes preguntas, *¿Cómo se debería informar sobre este programa?*, *¿Cómo se enteraron del programa?*, y *¿Se sienten informadas sobre la ayuda que pueden recibir...?*, para ayudar a entender la preferencia de ciertos medios de comunicación.

Para la pregunta *¿Cómo se debería informar sobre este programa?*, solo una de ellas responde que le gustaría recibir más panfletos o folletos, mientras que el resto expresaron su agrado con el sistema actual, dicen que funciona muy bien, ya que se sienten informadas de todos los aspectos del programa y les gusta que sea de una forma directa.

En cuanto a la pregunta *¿Cómo se enteraron del programa?*, la respuesta unánime fue: a través de la señora Carmen, lo cual demuestra la influencia que tiene la Señora Carmen en la comunidad y la teoría de flujos múltiples que otorga un papel de influenciador al líder de opinión, tal como lo es la Señora Carmen en este caso.

Finalmente para la pregunta *¿Se sienten informadas sobre la ayuda que pueden recibir...?*, el consenso general es positivo, todas están de acuerdo en que la Señora Carmen se encarga de mantenerlas informadas sobre los cursos y talleres, así como las enfermeras y doctores se encargan de mantenerlas informadas sobre las citas de control y los exámenes de laboratorio.

6.2.3 Análisis No Participantes

6.2.3.1 Conocimiento de Plan Progresiva

Para entender el conocimiento por parte de quienes no participan ni han participado en ningún programa que forme parte de *Plan Progresiva*, se realizaron las siguientes preguntas, *¿Conocen algún programa de la Alcaldía que ayude económicamente o de otras maneras?*, *¿Cómo han recibido esta información?* y *¿Les gustaría participar en alguno de estos programas?*.

La primera pregunta *¿Conocen algún programa de la Alcaldía que ayude económicamente o de otras maneras?*, obtuvo una mayoría de respuestas negativas. Tres de las participantes contestaron no saber acerca de ningún programa de ayuda de la Alcaldía. Una de ellas respondió que llevaba a su hijo a un odontólogo de la Alcaldía, pero que no estaba segura si eso formaba parte de un programa. De igual manera, una respondió que había escuchado sobre una ayuda con medicinas pero no estaba segura de cómo funciona. Por último, una de ellas mencionó que conocía un programa de ayuda a personas mayores con problemas de tensión pero este lo hacía la Alcaldía de Chacao.

Es evidente que no poseen información sobre los programas. La segunda pregunta, *¿Cómo han recibido esta información?*, reafirma dicha aseveración, ya que se obtuvo participación solo de dos mujeres, quienes contestaron que le habían recomendado el odontólogo y había escuchado de vecinos sobre la ayuda con medicinas.

Por último, las respuestas a la pregunta *¿Les gustaría participar en alguno de estos programas?*, refuerzan la importancia de información a la hora de toma de decisiones. Dos de las participantes contestaron positivamente a participar en algún programa de la Alcaldía, aun sin conocer alguno de ellos. Dos respondieron no estar seguras de participar ya que no cuentan con la información suficiente, mientras que otras dos contestaron que les gustaría tener información para poder tomar una decisión.

6.2.3.2 Posicionamiento y Aceptación de Plan Progresiva

El posicionamiento es evaluado en la presente investigación, en cuanto a la percepción de las participantes. Tomando en cuenta la opinión sobre *Plan Progresiva*, el conocimiento que tienen las mujeres jóvenes sobre beneficios reales, los aspectos de agrado y aspectos de desagrado.

Para determinar el posicionamiento se hicieron las siguientes preguntas, *¿Les gustaría participar en alguno de estos programas?* y *¿Creen ustedes que la Alcaldía debería dar una ayuda especial a las mujeres?*. Dichas preguntas permitirán obtener la opinión sobre programas de ayuda, si se perciben beneficios reales, por lo cual tomaría la decisión de participar, al igual que los aspectos de agrado y desagrado.

La primera pregunta *¿Les gustaría participar en alguno de estos programas?*, el consenso general fue que si los programas les dan beneficios estarían dispuestas a participar, cuatro de ellas contestaron de esta manera. Dos de ellas no estaban seguras de participar. La segunda pregunta *¿Creen ustedes que la Alcaldía debería dar una ayuda especial a las mujeres?*, obtuvo las siguientes respuestas. Tres participantes opinan que se debería dar una ayuda especial a las mujeres sobre todo a aquellas que sean madres. Dos de ellas no aportaron a la discusión y una de ellas respondió que solo si la necesitan la deben recibir.

Las respuestas a las mismas preguntas permiten también evaluar la aceptación, en cuanto a la participación de las mujeres. Tomando en cuenta las ventajas que perciben y su grado de importancia, así como, las desventajas y su grado de importancia. Las ventajas señaladas son en base a una suposición, es decir, si tuviesen la información pertinente podrían llegar a beneficiarse, mientras que las desventajas son claras, la primera de ellas es la poca información que reciben.

Aun cuando existe una opinión positiva sobre el concepto de un plan de ayuda y se puede identificar que conlleva algún tipo de beneficio, *Plan Progresiva* no se encuentra posicionado ni

con una aceptación positiva entre las participantes del focus group, ya que ninguna de ellas sabía si quiera el nombre del proyecto.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Los hallazgos obtenidos en la presente investigación constituyen un primer paso para establecer los puntos necesarios y poder generar una estrategia comunicacional pertinente y eficaz para comunicar programas de ayuda social, específicamente para una audiencia objetivo de mujeres entre 18 y 30 años de edad que viven en estado de exclusión.

Es necesario realizar una planificación que logre posicionar a los programas de ayuda social entre la población deseada, así como desarrollar su aceptación para que entonces las iniciativas de ayuda social tengan incidencia en el mejoramiento de la calidad de vida de aquellas personas en estado en exclusión. En el capítulo anterior se analizan en detalle los resultados obtenidos a partir de la aplicación de los instrumentos de investigación. A continuación se presentan los más relevantes, en una serie de afirmaciones.

La comunicación directa es el principal mecanismo que se debe utilizar para comunicar programas de ayuda social. Para la planificación de una estrategia comunicacional se debe tomar en cuenta no solo la preferencia de medios de comunicación sino también la realidad y el entorno en el cuál viven las personas a quienes va dirigida la iniciativa, para poder entonces elegir los canales de comunicación correctos y eficaces que permitan lograr una incidencia en la población objetivo.

Los puentes de comunicación creados a través de los líderes de opinión en las comunidades, permiten a los involucrados asumir un papel protagónico, el cual genera una motivación intrínseca para difundir y promover el programa dentro de sus comunidades, grupos y organizaciones.

Comprobado por el contenido en las respuestas de las discusiones de los cuatro *focus group* realizados, la gran parte de las participantes estuvo tácitamente de acuerdo en que la

comunicación directa, en reuniones, asambleas, puntos de encuentro, es la manera más efectiva de transmitir y recibir información.

De igual manera, la recurrencia de ambas líderes comunitarias en las respuestas de las participantes demuestra que la comunicación directa crea un vínculo en el proceso de comunicación que logra tener una incidencia en los involucrados en el proceso.

La idiosincrasia venezolana es un factor en la toma de decisiones en cuanto a la participación en programas de ayuda social. Nuestra naturaleza está directamente relacionada con la disposición de participar en programas que ofrezcan ayuda social. Esta disposición logra que los venezolanos se acerquen a cualquier programa de ayuda social aun cuando no tengan información y no sepan las especificaciones del programa.

Sin embargo, existe un escepticismo hacia dichos programas debido a la innumerable cantidad de “promesas políticas” (algunas incumplidas) que se han desarrollado a lo largo de la historia contemporánea de la política venezolana. Concorre un escepticismo frente a los programas de ayuda social ya que son asociadas con algún tipo de promesa política, al final teniendo algún tipo de costo.

El Posicionamiento de Plan Progresas se ve afectado por la falta de planificación a nivel transversal en la Alcaldía. A pesar de tener una percepción positiva de ambos programas, es importante hacer énfasis que esto sucede a nivel individual. Los resultados de los cuatro focus group revelan que existe poco conocimiento sobre *Plan Progresas*, los programas son vistos como individuales y no como un todo, lo cual genera un desconocimiento de la iniciativa general, siendo opacada por el reconocimiento que recibe cada programa individualmente.

Aun cuando existe una opinión positiva sobre el concepto de un plan de ayuda y se puede identificar que conlleva algún tipo de beneficio, *Plan Progresas* no se encuentra posicionado ni

con una aceptación positiva entre las participantes del focus group ya que ninguna de ellas sabía siquiera el nombre del proyecto. Se puede destacar que en ningún momento las participantes relacionan Crece y Progresas con *Plan Progresas*, ninguna respuesta obtenida tiene en su contenido alguna mención al programa macro.

Esto se debe a la falta de existencia de un plan de comunicación para la iniciativa como un todo, de igual manera, la falta de coherencia y comunicación transversal entre las direcciones de la Alcaldía, que son responsables por cada uno de los programas, representa una dificultad al momento de posicionar *Plan Progresas* en la opinión pública.

No obstante, es importante destacar el posicionamiento de ambos programas estudiados, Crece y Progresas y Contróláte y Progresas. Ambos obtuvieron opiniones positivas en cuanto a los beneficios percibidos como reales al momento de participar en el programa. De igual manera, se registraron altos índices de agrado entre las participantes de ambos programas.

La aceptación de Plan Progresas se ve afectado por la falta de planificación a nivel transversal en la Alcaldía. En cuanto a la participación de las mujeres en *Plan Progresas*, tomando en cuenta las ventajas que perciben y su grado de importancia, así como las desventajas y su grado de importancia, las participantes solo perciben las ventajas y desventajas de programas individualmente, de igual manera, al no tener información sobre el plan macro no sienten la confianza ni credibilidad para aceptar participar.

Sin embargo, vale la pena destacar la aceptación de ambos programas estudiados, Crece y Progresas y Contróláte y Progresas. Ambos obtuvieron respuestas positivas en cuanto a la participación, la disposición para ello, así como el entusiasmo en compartir su experiencia y recomendarla. De igual manera, se registró un alto nivel de agrado entre las participantes de ambos programas.

En este sentido, y por constituir programas que benefician directamente a parte de la población más vulnerable como son las mujeres, niñas y niños, resultaría conveniente que la Alcaldía de Sucre defina una estrategia comunicacional integrada a los fines de que *Plan Progresas*, como un todo, pueda ser percibido y aprovechado por la comunidad como una iniciativa que les permita tener una mejor calidad de vida en diferentes aspectos y de esta manera *Plan Progresas* pueda lograr su objetivo.

REFERENCIAS

a) Fuentes bibliográficas

Alsina, Miquel Rodrigo (2001). *Teorías de la Comunicación: ámbitos, métodos y perspectivas*. España. Univ. Autónoma de Barcelona.

Álvarez Torres, Martín (2006). *Manual de Planeación Estratégica*. México. Editorial Panorama.

Báez, C. Y Báez Evertsz, C. (2000). *La comunicación Efectiva*. República Dominicana. INTEC.

Ballesta, J. (2001). *Los Medios de Comunicación en la Sociedad Actual*. España. Universidad de Murcia.

Berganza Conde, María Rosa y San Román Ruiz, José A. (2005). *Investigar en Comunicación, Guía práctica de métodos y técnicas de investigación social en comunicación*. México. McGraw Hill.

Bernal, C. (2000). *Metodología de la Investigación para Administración y Economía*. 1^{era} Edición. Colombia. Prentice Hall.

Billorou, Oscar Pedro (1992). *Las comunicaciones de marketing*. Venezuela. El Ateneo.

Boni, F. (2008). *Teorías de los Medios de Comunicación*. España. Universidad Autónoma de Barcelona.

Cardoso, G. (2010). *Los Medios de Comunicación en la Sociedad en Red: Filtros, Escaparates y Noticias*. (2^{da} Edición). Barcelona. Editorial UOC.

Ferrell y Hartline (2006). *Estrategia de Marketing*. 5^{ta} Edición. México. Cengage Learning Editores.

Gaitán Moya, Juan A. y Piñuel Raigada, José L. (1998). *Técnicas de Investigación en Comunicación Social, Elaboración y Registro de Datos*. Editorial Síntesis.

Galindo Cáceres, L. (1998). *Técnicas de investigación en sociedad, cultura y comunicación*. México. Pearson Educación.

Gemma de la Torre, A., Opazo, H., Ramírez, C., Rodríguez, P. *Grupos de Discusión*. España. Universidad Autónoma de Madrid.

Hernández Díaz, Gustavo (2012). *Cómo hacer un proyecto de investigación en comunicación*. Venezuela. Universidad Católica Andrés Bello.

Kotler, P., Armstrong, G. (2003). *Fundamentos de marketing*. México. Prentice Hall.

Krueger, R. (1991). *El grupo de discusión: guía práctica de la investigación aplicada*. Pirámide.

Landeira Prado, R., Cortizo Rodríguez V. & Sánchez Valle, I (2006). *Diccionario Jurídico de los Medios de Comunicación*. España. Editorial Reus.

López, G. (2004). *Comunicación electoral y formación de la opinión pública: Las elecciones generales de 2000 en la prensa española*. España. Universidad de Valencia.

Monerri, A., Vásquez, P., Sampedro, L., Romero, G. Ollé, R., Núñez, A., Torrents, J., Pallete, A., Cubain, J., Navarro, G., Serrano, N. (2011). *Planificación Estratégica*. España. Universitas.

Olvera, R. (2006). *Una Mirada al Concepto de Pobreza*. Libros en Red.

O'Sullivan, Jerry (1996). *La Comunicación Humana: grandes temas contemporáneos de la comunicación*. Venezuela. Fondo de publicaciones Fundación Polar-UCAB.

Pérez, E. (2002). *La Comunicación Fuera de los Medios [Below the line]*. (1era Edición). Madrid. ESIC Editorial.

Trias (coord.), Fernández, E., Costa, S., Gil, E., Fernández D., y Herreros, T. (2008). *La Acción Política desde la Comunidad*. 1^{era} Edición. Barcelona. Editorial Graó.

b) Fuentes electrónicas

Alcaldía del Municipio Sucre. *La Alcaldía*. Recuperado el 04 de noviembre de 2013 en <http://alcaldiamunicipiosucre.gob.ve/alcaldia/organigrama/>

Alcaldía del Municipio Sucre. *Dirección de Desarrollo Social*. Recuperado el 04 de noviembre de 2013 en <http://alcaldiamunicipiosucre.gob.ve/alcaldia/organigrama/direccion-de-desarrollo-social/>

Alcaldía del Municipio Sucre. *Dirección de Salud*. Recuperado el 04 de noviembre de 2013 en <http://alcaldiamunicipiosucre.gob.ve/alcaldia/organigrama/direccion-de-salud/>

Alcaldía del Municipio Sucre. *Plan Progres*a. Recuperado el 03 de noviembre de 2013 en <http://alcaldiamunicipiosucre.gob.ve/servicios-municipales/plan-progres/a/>

Alcaldía del Municipio Sucre. *Indicadores de Gestión del Plan Progres*a. Recuperado el 03 de noviembre de 2013 en http://www.alcaldiamunicipiosucre.gob.ve/sitioweb/wp-content/uploads/2010/07/indicadores-progres/a_III.pdf

Gil, G., Salas, A., Sánchez, M. (2009). *Estrategia Comunicacional para promover a la Sociedad Anticancerosa de Venezuela en su sesenta aniversario*. Trabajo de Grado de licenciatura no publicado. Universidad Católica Andrés Bello, Caracas, Venezuela. Recuperado el 05 de octubre de 2013 en <http://biblioteca2.ucab.edu.ve/anexos/biblioteca/marc/texto/AAR7157.pdf>

Guevara, F. (2008). *Diagnóstico de la Comunicación entre Partidos Políticos y Organizaciones de la Sociedad Civil*. Trabajo de Grado de licenciatura no publicado. Universidad Católica Andrés Bello, Caracas, Venezuela. Recuperado el 05 de octubre de 2013 en <http://biblioteca2.ucab.edu.ve/anexos/biblioteca/marc/texto/AAR4598.pdf>

Noticias 24. (2012, 10 de julio). Programa Crece y Progresa “sigue en la lucha” para reducir la pobreza (+audio). *Noticias 24*. Recuperado el 13 de octubre de 2013 en <http://www.noticias24.com/venezuela/noticia/115972/juan-carlos-caldera-conversa-con-norelys-lucena-coordinadora-de-crece-y-progres/a-sobre-el-dia-del-nino/>

Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea) (2014). *Quinto Informe Nacional de Monitoreo de los Objetivos del Milenio*. Brasil.

Recuperado el 28 de agosto de 2014 en http://www.pnud.org.br/Docs/5_RelatorioNacionalAcompanhamentoODM.pdf

Real Academia Española. *Diccionarios*. Recuperado el 10 de octubre de 2013 en <http://www.rae.es/>

Seijas, A., Strazzaboschi, M. (2008). *Estrategia Comunicacional de Educación Vial: Caso Vive Chacao*. Trabajo de Grado de licenciatura no publicado. Universidad Católica Andrés Bello, Caracas, Venezuela. Recuperado el 05 de octubre de 2013 en <http://biblioteca2.ucab.edu.ve/anexos/biblioteca/marc/texto/AAR4520.pdf>

El Universal. (2013, 10 de mayo). Alcaldía entregó aportes a 21 Hogares para Crecer de Sucre. *El Universal*. Recuperado el 13 de octubre de 2013 en <http://www.eluniversal.com/caracas/130520/alcaldia-entrego-aportes-a-21-hogares-para-crecer-de-sucre>

Tal Cual. (2012, 1^{ero} de marzo). Entrenando a mamá. *Tal Cual Digital*. Recuperado el 13 de octubre de 2013 en <http://talcualdigital.com/nota/visor.aspx?id=66926&tipo=AVA>

Tendencias Digitales. Estudio: *La penetración de internet en Venezuela*. Recuperado el 28 de agosto de 2014 en <http://tendenciasdigitales.com/1433/la-penetracion-de-internet-en-venezuela-alcanza-40-de-la-poblacion/>

ANEXOS

Anexo A

Entrevista semi-estructurada a expertos en sociología y comunicación estratégica

Entrevistado: José Vicente Carrasquero

Lugar: UCAB

Fecha: 25 de junio de 2014

Hora: 9:30 am

Lo primero es que la sociedad venezolana es básicamente una sociedad matriarcal, es mujer centrística, el elemento que más articula la familia en Venezuela es la mujer, la mujer es la que se preocupa por el día a día y por el futuro.

Cualquier política que uno quiera iniciar y se inicia a partir de las mujeres tiene mucha más capacidad y posibilidad de éxito que una que empiece de otra forma. Básicamente porque las mujeres son más centradas normalmente, están más orientadas a la constitución de logros. Eso por supuesto ayuda a que tu puedas utilizar a la mujer como vehículo de comunicación de lo que tu quieres hacer en un determinado proyecto social, eso para hablar de lo que es el elemento mujer como fundamento de una política orientada hacia el mejoramiento de la calidad de vida.

¿Cuál es la mejor manera de comunicar este tipo de programas a las mujeres?

Personalmente y por supuesto muchas veces es bueno empezar por un esquema que se llama bola de nieve que es que una persona te vaya consiguiendo a otra persona, la vaya convenciendo y tu puedas entonces reunirte con un grupo de personas que están previamente motivadas por dos o tres motorcitos dentro de la comunidad, básicamente porque la persona que motoriza desde afuera no tiene mecanismos de establecimiento de confianza y por eso debe “tomar prestado” de gente cercana a él significa de gente que te conoce y que por conocerte a ti estaría dispuesta a presentarte a otras personas y reunirse con esos grupos. Transitividad derivada de que yo en mi barrio/comunidad pienso que tu puedes hacer algo entonces yo le digo a la otra gente. En Venezuela por supuesto eso está bastante desprestigiado ya que la gente a oído tanto de promesas que ya es bastante difícil volver a ganar su confianza, por eso es que uno utiliza como mecanismo a activistas que están cerca de la alcaldía y que tienen penetración ahí y son personas que son más cercanas a esa gente y pueden servir de puente para la comunicación.

¿Cuáles características psicográficas son las usuales de los participantes de programas de ayuda social?

Normalmente son madres y como madres siempre tienen una preocupación que son sus hijos. Tienen tiempo, es decir que se dedican a sus hijos o tienen unos horarios que les permiten estar asociados a otras actividades. Las personas que trabajan todos los días es más difícil llegarles porque dedican todo su tiempo al trabajo entonces a quien le puedes llegar es a la gente de la casa, a la gente que hace ambiente en el barrio, en la zona, los que se encargan día a día de la casa y esas son las personas que te pueden ayudar a llegar a la comunidad. Las personas ocupadas les debes llegar el fin de semana, los mecanismos de llegarle a estas personas es como lo que habíamos mencionado de la estructura de bola de nieve, quien me lleva hasta esa persona y bajo qué esquema o incentivo le puedo llegar yo a esa persona, muchas veces si es una madre que trabaja resulta que tiene al niño en una guardería, etc. le puedes llegar por mecanismos que tengan que ver con sus hijos.

¿La idiosincrasia venezolana tiene influencia en la participación?

El venezolano por el hecho de que es una ayuda está ahí, lamentablemente es parte de nuestra cultura básicamente por esta idea fantasiosa de que Venezuela es un país rico que somos un país con recursos entonces la gente piensa “bueno en algún momento alguien me va a dar algo” o “déjame meterme en esta cola para ver qué me van a dar” es mucho la cuestión de nuestra idiosincrasia, sin embargo todavía la gente siente sigue siendo muy sónica o más bien escéptica frente al asunto porque muchas veces las ayudas vienen asociadas a algún tipo de promesa política o nunca terminan siendo totalmente gratuitas, tienen un costo para mí entonces la gente tiende a ser un poco escéptica.

¿ El contexto del país tiene alguna influencia en la toma de decisión?

No creo porque la crispación la hemos vivido durante los últimos quince años, al final lo que la gente ve es si esto me sirve o no me sirve, en esta cuestión la gente tiende a ser pragmática en lo que le puede ayudar y en qué puede si la gente le ve una conexión con sus necesidades y si se relaciona con su realidad o no, hay un asunto de esto me sirve o no, lo que lleva a una evaluación interna de si el que me sirve me va a quitar mucho tiempo entonces a lo mejor no me sirve si me quita poco tiempo y además me sirve entonces ya la cuestión tiene más sentido y muchas veces tiene ese sentido, si ese sentido viene a través de los hijos. Básicamente porque las madres son más dadas a pensar en el futuro de sus hijos, tu le preguntas a cualquier madre de barrio y ella quiere que su hijo estudie porque siente que el estudio es el mecanismo, es algo que sigue estando en la mente de las personas pues el estudio es el mecanismo a través del cual la gente asciende.

¿Qué tipo de iniciativas se necesitan para comunicar, que estos tipos de programas existen?

La ausencia de medios de comunicación electrónicos, la radio y la televisión que antes servían para comunicar este tipo de cosas y las redes sociales que tienen un límite, un alcance bastante limitado lo que te lleva a volver al sistema boca a boca el cual te lleva a tejer redes pero donde alguna manera haya un *accountability* del asunto donde yo pueda verificar que efectivamente la gente a lo largo de la cadena está haciendo su trabajo de transmitir la información que yo quiero que llegue. El *multiple-step flow theory* debo buscarme una cantidad de líderes de opinión y esos líderes de opinión tengo que formarlos normalmente y con ellos ir replicando el asunto, lo que yo hice con cada una de esas personas debo hacerlo con dos o tres grupos más y ellos a su vez de manera que forme un tejido social que se base en la comunicación directa y que por supuesto debo establecer un alcance geográfico y en ese alcance geográfico veo como hago para tejer a toda esa gente a través de toda mi red de comunicación informal, por qué informal, bueno porque no voy a tener un periódico no va a salir en televisión, la formalidad se le va a dar a través de la fiabilidad de la información que yo esté transmitiendo a través de mi mecanismo.

¿Cuáles son los mensajes clave que se deben difundir?

La palabra clave aquí es interés, qué me interesa a mí de lo que tú me estás ofreciendo, entonces la tarea que tiene el comunicador es hacer interesante para un target, el cual primero debo definir y entender cómo se benefician de esto, cómo hago que la persona se interese en esto para que entonces yo pueda tener un éxito a través de ello.

Muchas veces este tipo de programas son por una situación remedial, los beneficios se deben traducir en la comodidad que van a brindar.

¿Se deben utilizar medios tradicionales?

Qué tanto se quiere contaminar los programas con lo político, tomando en cuenta la situación de los medios convencionales como la radio comunitaria. Entonces debemos volver al papel, a esquemas donde la gente se vaya enterando no porque dependo de un medio radioeléctrico, ojala fuese así pero lamentablemente no, hay que volver a la época romana, pegando carteles, etc.

Anexo B

Entrevista a profundidad expertos en sociología y comunicación estratégica

Entrevistado: Profesora Gloria López

Vía correo electrónico

Fecha: 01 de agosto de 2014

¿Según su conocimiento cuál es la mejor manera de comunicar un programa de ayuda social?

Es importante que los usuarios (as) del programa participen en todas las etapas del programa, esto es: diagnóstico, plan de acción, ejecución, evaluación y seguimiento a los resultados del mismo. Estos participantes deberán asumir un papel protagónico y activo, difundiendo y promoviendo el programa dentro de sus comunidades, grupos y organizaciones, siendo esto fundamental para las acciones efectivas de comunicación. Además, es necesario tomar en cuenta a instituciones y otros actores que han mostrado disposición e interés en el programa para desarrollar acciones conjuntas de difusión y promoción en las diferentes comunidades.

¿Usualmente cuáles son las variables psicográficas típicas de las personas que participan en programas de ayuda social?

Las variables psicográficas dividen a la población en grupos según la clase social, estilo de vida, valores, personalidad, es decir, definen grupos según el comportamiento y percepción de la vida que tiene, de este modo, una variable psicográfica diferencia más a las personas que las demográficas. En este tipo de programas nos encontramos con poblaciones en situación de pobreza relativa, esto implica una serie de riesgos ante los cuales los más vulnerables son los niños y las mujeres. Este es un fenómeno multicausal que tiene efectos profundos en la conducta parental, en el ambiente del hogar, en la estructura familiar y en los recursos inmediatos. Pero su consecuencia va mas allá, afectando la calidad del ambiente, del vecindario, la escuela, los servicios y la seguridad física, expresada ésta en los índices de violencia y de delincuencia asociada a las drogas. Por lo general, las mujeres son las responsables del cuidado de sus hijos y perciben que por el tiempo dedicado a las labores del hogar y el trabajo, se les dificulta la oportunidad de participar en actividades de recreación familiar y de capacitación para el desarrollo personal de sus hijos y de sí mismas.

¿Usted conoce la iniciativa Plan Progresá de la Alcaldía de Sucre?

Sé que este plan comprende 11 planes que promueven los derechos y garantías de los Sucrenses, pero yo solo he tenido contacto con el Plan Crece y Progresa que consiste en la creación y fortalecimiento de Hogares para Crecer destinados al cuidado de los niños entre 0 y 6 años. Este programa está diseñado para brindar a las madres trabajadoras o estudiantes de escasos recursos un lugar en donde se le brinde atención integral al niño.

¿Cómo supo de ella?

Cendif es un centro de investigaciones de la Universidad Metropolitana, a través del cual se iniciaron reuniones con la Dirección de Educación de la Alcaldía de Sucre, quien a su vez nos conectó con el personal asignado a los Hogares.

¿Piensa usted que de acuerdo a la idiosincrasia del venezolano, el tener información sobre un programa de ayuda lo hace que se interese en él o el simple hecho de recibir ayuda de por sí lo interesa?

Por la cultura paternalista en la que nos hemos desarrollado a lo largo de muchos años estamos acostumbrados a prestar más atención a aquellos programas que nos ofrecen una ayuda. En Cendif tenemos una anécdota al respecto, llegamos un día a un hogar en una comunidad de alto riesgo social y tocamos la puerta, sale la madre del hogar y nos escucha la información sobre el programa que estamos en ese momento promocionando, ella oye con mucha atención y luego que esperamos su reacción, agrega: “Ajá y que nos van a dar por participar, porque nos hace falta arreglar el techo por las goteras y también necesitamos que nos ayuden con la abuela, porque no tiene silla de ruedas y, bueno en muchas otras cosas”.

Piensa usted que las mujeres se interesan más que los hombres en estos programas de ayuda comunitaria. ¿Por qué?

Sí. En primer lugar porque hay más mujeres al frente del hogar, la mayoría están solas con sus hijos, luego vivimos en una sociedad machista donde los hombres consideran que las cosas de los niños son de las mujeres y por ello no se involucran.

¿En las actuales circunstancias del país cuál es su opinión en relación a estos tipos de programas?

Estos tipos de programas deben diseminarse a nivel nacional y recibir del gobierno todo el apoyo que ameriten sin importar el partido político al que pertenezcan los empleados de las Alcaldías. Deben priorizarse los derechos de los niños y las mujeres por su alta vulnerabilidad.

¿Cuál cree que sea el alcance que tengan?

Su alcance por ahora es limitado pero si lo diseminamos se lograría alto impacto nacional.

¿Qué habría que hacer para que estos tipos de programas lleguen a la mayor cantidad posible del sector donde se desarrollan?

Evaluar y hacer seguimiento de lo que hasta ahora se ha efectuado y una vez que se corrijan los errores generar programas a nivel nacional.

¿Qué aspectos de un programa de ayuda social se deben resaltar a la hora de informar a los posibles participantes?

Es importante realizar un diagnóstico de los intereses y necesidades propias de los participantes, involucrarlos en todo los procesos del programa, diagnóstico, planificación, ejecución, evaluación y seguimiento. Esta participación activa del involucrado le permitirá apoderarse del proceso y asumir como suyo el programa.

¿Qué aspectos toman en consideración a la hora de plantear la planificación de un plan de ayuda social?

Los involucrados en el programa deben:

1. Participar activamente en todas las etapas del proceso
2. Definir normas de participación
3. Asumir responsabilidades individuales y grupales a cumplir
4. Participar en la toma de decisiones.

¿Cuáles medios deben utilizarse para que esta información tenga mayor alcance en la población femenina?

Es importante realizar un diagnóstico de los intereses y necesidades propias de los participantes, también realizar un diagnóstico de medios que utilizan con más frecuencia antes de implementar el plan.

Anexo C

Entrevista semi-estructuradas a funcionarios Alcaldía de Sucre

Desarrollo Social

Entrevistado: Diego Area

Cargo: Director Desarrollo Social

Lugar: Dirección de Desarrollo Social, Alcaldía de Sucre

Fecha: 1 de julio de 2014

Hora: 10 am

Una de las cosas que nos dimos cuenta al llegar a la dirección es que muchos padres beneficiarios de Crece y Progresa no sabían que estaban siendo beneficiados por nuestro programa. Entonces nosotros hicimos asambleas en cada uno de los Hogares para Crecer que son 57, hicimos las asambleas y conversando con los padres nos percatamos que cerca del 85% no tienen ni idea de que la alcaldía les da un beneficio, en este caso lo más representativo es un beneficio de alimentación que tiene cada niño. Si bien tu me dices si nosotros tenemos como medirlo o no, la verdad es que no, estamos en el proceso en este momento de lograr que el 100% de los beneficiarios sepan que lo están siendo. El primer paso es estar informado, para eso hicimos otra ronda de asambleas y también un evento del día del niño, eso de alguna manera.

La estructura de los aportes funciona de la siguiente manera, vamos a los Hogares para crecer y según el número de niños que tengan se da 150 bolívares por cada niño, se le entrega un cheque a la asociación de manera que ellos descuentan del cobro a los padres 150bs por cada niño, sin embargo las asociaciones no siempre informan sobre esa ayudada recibida por parte de la Alcaldía.

Quisiera que lográramos una base de datos, no sabemos bien a quiénes hemos llegado y las características de esas personas, sus necesidades entre otras cosas. Hemos estado recolectando todo esta información y ya tenemos una base de datos bruta por decirlo de alguna manera, con esa información queremos hacer una inicial encuesta telefónica para medir hoy cómo estamos, es decir, cuantos beneficiarios saben que lo están siendo y luego del evento volver a medir para ver cual fue el impacto de este evento en el nivel de conocimiento que tenga la gente. Ese en principio es nuestro canal inicial de comunicación. Hemos detectado que dentro de los participantes muy poco tienen redes sociales, y estamos evaluando para el futuro tener algún mecanismo de comprar el programa que mande mensajes de texto para tener permanente comunicación con ellos. Es decir, que yo mande un mensaje de texto para informar si voy a tener actividades, es bastante primitiva la comunicación con ellos porque habíamos delegado todo en la

asociación entonces la madre cuidadora, la jefa del preescolar hablaba con los padres y daba una información nuestra, no siempre llegaba y si no les convenía a la asociación probablemente o daba la información difusa o no la daban, etc.

Estamos buscando un mecanismo para tener una comunicación más directa con los beneficiarios.

¿Existe un departamento de la Alcaldía que los ayude con eso?

Hay un departamento de la alcaldía que nos puede ayudar con eso, es un proyecto macro de la alcaldía que es comprar el programa para todos. Una decisión que esta tomada para el año que viene se va a presupuestar eso. Porque siento que son 2600 familias, a partir de estudios oficiales la media de personas que viven en una unidad familiar es 4 entonces multiplica 2600 por 4 tenemos a más de 10mil personas beneficiadas directamente, solo con Crece y Progresa, es como un nicho importante para comunicar y explotar este tipo de información.

Sinceramente, si, aquí ha habido cuatro directores en cinco años, siempre se ha respetado la política macro pero cada quién le ha puesto su matiz , su perspectiva, sus conocimientos, etc. El hecho es que la visión del proyecto debe ser comunicar, porque creo que es lo más importante sobre todo con el tema de los medios de comunicación, buscar medios alternativos para comunicar porque sino estamos fregados. Entonces si la visión debe ser querer comunicar más eficientemente y con el menor costo posible.

Coordinadores zonales, es el mecanismo que usamos normalmente en la alcaldía pero eso ya es un segundo paso. Queremos ubicar a dos o tres padres líderes, el problema es que como los niños que están en los hogares pare crecer están de 1 a 6 años, cuando ingresar a primer grado se pierde la conexión con ellos y entonces se debe buscar de nuevo a los líderes. Lo que queremos plantear es organizar una especie de asamblea de padres, que exista una junta de padres, de manera que sea la junta y no la asociación sean quienes se reúnan para que se sientan más identificados y ahí podremos nosotros permear la información.

¿Cuáles mensajes claves difunden sobre el programa?

No hemos construido mensajes claves, estamos en el momento cero porque en este momento la construcción de mensajes no tendría sentido, lo que tenemos que hacer es decir, informar a la gente que los estamos beneficiando, eres parte de un programa, una vez que lo sepas yo me sentaré a construir los mensajes y a saber qué quiero que sepas tú de mí, pero mientras tanto quiero que sepas que existo entonces ahí la construcción no es necesaria, luego cuando ya vayamos al evento y lo que queremos decir y comunicar lo haremos pero en este momento lo que queremos es que sepan que existimos. Los mensajes ahorita no tienen sentido porque no saben que existimos.

¿Pueden vincularse a otros programas de Plan Progresá de manera que la comunicación vaya de la mano...?

Lo que finalmente queremos transmitir es, nosotros queremos que la alcaldía te acompañe a ti y a tu hijo en ese proceso de crecimiento, desde que está en la barriga de la mamá que es Contróláte, luego viene a Crece y Progresá, es decir yo sigo atendiendo al niño, claro choca un poco con la visión que tengo yo de lo que debe ser la gestión pública porque suena un poco asistencialista pero Contróláte, Crece, Estudia, Aliméntate y Progresá y luego Supérate y Progresá. Lo que yo quiero que el padre entienda es que si se mantiene en el hilo de Progresá puede lograr así no tenga los recursos que su hijo se gradúe de la universidad, ahí es que yo quiero llegar, porque ahí toco el tema de la esperanza, de que si yo trabajo y lucho y pongo a mi hijo en los programas y lo disciplino puedo lograr que incluso se gradúe de la universidad, anclándolo por supuesto a lo que tu mencionas de “con este programa logré hacer esto, etc. etc.

Yo lo que quiero es hilar el resto de los programas y presentarlo de manera que podemos ayudar a tu hijo si tu te metes en este carril, dándole un carácter emocional a este proyecto, nuestro programa si te soy sincero, no es tan emocional como lo pudiera ser Supérate y Progresá. Los padres no saben en este momento lo que estamos haciendo, solo saben “ok me están dando Bs.150 por mi chamo, pero que hago yo con esos 150”, en cambio si tu lo anclas con un sistema, “el segundo paso para..”

Eso tendría que hacerse casando a nuestro programa con Estudia y Progresá y Aliméntate y Progresá. Lo primero es que sepan quiénes somos. Es casar a la gente que sale del preescolar con nuestras escuelas municipales.

Anexo D

Entrevista a profundidad funcionarios Alcaldía de Sucre

Entrevistado: Betty Díaz

Cargo: Directora Adjunta Desarrollo Social

Lugar: Dirección de Desarrollo Social, Alcaldía de Sucre

Fecha: 1 de julio de 2014

Hora: 11 am

Cuando nosotros involucramos esos tres programas, que son los programas base de la gestión social de Ocariz, empezando como te está diciendo Diego con Hogares para Crecer, sería maravilloso que el chamo salga del preescolar y vaya a una escuela municipal, generalmente donde hay hogares para crecer también hay en los alrededores escuelas municipales a las cuales pueden ir, salir de ahí al plan de becas pero yo miro la realidad, generalmente la mamá mete al chamo ahí porque necesita un lugar más económico, lo mete ahí porque paga relativamente poco comparado con otros lugares pero después si lo mete en una escuela privada. Si nosotros como dirección y alcaldía deberíamos hacer lo que dice diego, que ese mecanismo funcione desde preescolar hasta que el chamo vaya a la universidad, sería excelente, y por lo menos empezar desde el programa Contróláte y Progresá y mantener un control, ok ya la muchacha está en el programa se le hace un seguimiento, para mantenerla en el programa y que inicie también en Crece y Progresá, claro esto requiere una cantidad de dinero importante.

Ahora en la parte que nosotros nos compete, es difícil comunicar, como te había dicho Diego muchas veces las asociaciones no informan sobre lo que dice la Alcaldía porque no les conviene o porque no les interesa, en cambio los hogares que se encuentran en las edificaciones de la Alcaldía ahí es donde debemos enfocarnos bastante más que en las casas donde las señoras montaron su propio Hogar para Crecer ya que el día que se quieran salir del programa, simplemente se salen, en cambio el que está en un espacio municipal, es más fácil mantener una especie de contraloría pero la verdad es que son muy pocos los hogares que quedan en edificaciones de la Alcaldía, la mayoría están en casas particulares, y ahí se nos escapa un poco de las manos, al exigir unas cosas no es tan fácil porque son solo 150 bolívares con lo que colaboramos, en cambio en los otros Hogares, ahí si podemos apretar la tuerca e incluso buscar otra asociación civil si la que está no está funcionando.

Lo que sucede con las cosas que son de la Alcaldía es que la gente piensa que es gratis o después cuando saben que son 150 bolívares dicen que es muy poco lo que el Alcalde está dando. Incluso pasa que no todos los padres están interesados en saber información, por ejemplo en las asambleas que organizamos, suponte tu de un hogar donde hay 50 niños en las asambleas he visto

máximo 27 padres, nunca los 50 completos en los 3 años que llevo trabajando en la Alcaldía, y muchas veces la información que tienen en la guardería.

Anexo E

Transcripción

Grupo focal mujeres entre 18 y 30 años quienes participan en Crece y Progresa

Madres cuidadoras

06 de agosto de 2014

10:20am

Participantes

- **Sujeto 1:** Yosbely Hereida, 26 años, habitante de Barrio Unión. 2 años trabajando en Hogar para Crecer del Edificio Irene.
- **Sujeto 2:** Yamile Blanco, habitante de Barrio Unión. 1 año trabajando en Hogar para Crecer del Edificio Irene.
- **Sujeto 3:** Karina Ríos, 24 años, habitante de Barrio Unión. 2 meses trabajando en Hogar para Crecer del Edificio Irene.
- **Sujeto 4:** Yasmin Rivas, 30 años, habitante de Barrio Unión. 1 año trabajando en Hogar para Crecer del Edificio Irene. Presidenta de la Asociación Civil encargada del Hogar para Crecer.
- **Sujeto 5:** Frangelis Castro: 30 años de edad, habitante de Barrio Unión. 5 años trabajando en Hogar para Crecer del Edificio Irene.
- **Sujeto 6:** Belkis Ramírez, 25 años, habitante de Barrio Unión. 1 años trabajando en Hogar para Crecer del Edificio Irene.

Moderadora:

¿Cuáles son los servicios o beneficios que esperas por parte de la Alcaldía?

Sujeto 5: Por lo menos para mi, una atención acorde a las instalaciones,, servicios que nos presten beneficios dentro de la comunidad, que se nos haga más fácil, que haya menos necesidad de bajar a Petare para cualquier cosa.

4: Estoy de acuerdo, servicios que nos den ayuda. Es importante saber que dan servicios para ayudar a las personas que lo necesitan y no mucha gente lo sabe. Eso sería bueno, que la gente supiera.

6: A mi me parece que tener en cuenta las necesidades de la gente de la comunidad es importante y así saber qué cosas se necesitan dar y hacer.

1, 2 y 3: No sé

¿Qué características o cuáles son las necesidades que deben cumplir programas para mujeres?

4: Pues que las ayude con los niños sobre todo a las que tienen que salir a trabajar, por lo menos yo tengo la ventaja aquí que puedo tener a mi muchacho aquí mientras trabajo y tener ese beneficio ayuda mucho.

1: Bueno las mujeres son las que se encargan de la casa, la comida, los niños así que debería ser algo así.

2: Las mujeres también pues necesitamos cuidar la salud y si somos las que hacemos mercado, nos encargamos de las cosas en la casa pues necesitamos ayuda con todo.

3: Bueno ayuda más que todo para las madres pues que tienen que salir a trabajar y no tienen dónde dejar a sus hijos.

5: Si, y las que salen a trabajar también o las que tienen la necesidad de salir a trabajar tal vez ayudarlas a conseguir un trabajo así como aquí.

6: Sí, ahora con la situación pues todos tenemos que ponernos a trabajar.

¿Creen ustedes que la Alcaldía debería dar una ayuda especial a las mujeres?

2: De verdad que si, somos muchas las mamás las que estamos trabajando.

3: Es para la familia pero sí más que todo para la mujer porque la que se fija de las cosas es la mujer, por lo menos yo soy madre soltera y soy la que me ocupo, y aunque vivan con la pareja las cosas de los hijos son mas que todo las mujeres que tienen la iniciativa.

1: Sí, las mujeres se encargan de muchas cosas y necesitan ayuda

4: Pues sí, sería algo bueno que fuese como una atención especial.

6: Yo creo que es importante que las mujeres sientan apoyo y que no importan la situación que tengan pueden contar con ayuda

¿Qué significa para ti superarse/tener una mejor calidad de vida?

Sujeto 4: Tomando en cuenta la forma en que nos ayudan ellos, por decir algo, yo pienso que lo que se necesitan son las ganas que uno tenga de lidiar con los niños, porque hay lugares donde ya están puestas las cosas, entonces lo importante es tener ganas para “echar pa’lante”, si ya la alcaldía te está dando varias cosas lo que debes tener es ganas de “echar pa’lante”.

5: Pues ya estar aquí y tener un trabajo, pensar en que con los cursos que nos dan puedo aprender más, hacer mejor mi trabajo y tal vez termino siendo maestra con diploma.

1: Sí, es como dice ella, teniendo responsabilidades te sientes mejor, te sientes como grande que puedes hacer las cosas que eres capaz de cuidar a niños y hacerlo bien y eso te da un oficio incluso te da ganas de estudiar para ser profesional.

Sujeto 3: Te ayuda a ti también... Con los niños se aprende cada día cosas nuevas, ellos aprenden de ti y tú aprendes de ellos. Entonces el beneficio es para ambos.

Sujeto 6: Esto es una ayuda para superarse, por supuesto, uno ve que hay personas que están en su casa y no hayan que hacer, por ejemplo ese era mi caso. Pero ahora que tengo un trabajo, responsabilidades me siento mejor conmigo, siento que puedo hacer muchas cosas.

2: En este caso, suponiendo que tu no estés haciendo nada verdad, aquí tu enseñas y te enseñan y de repente esto es como una puerta abierta, de repente ven algo en ti y tú puedes surgir, es lo que yo veo. Por lo menos, yo no soy maestra pero veo que me gusta tanto que de repente puedo ponerme a estudiar y cuando tu vengas a ver eres tremenda profesional sin enterarte, sin haberlo pensado.

3: Para mi es una oportunidad muy grande porque como te estoy diciendo nunca me había atrevido a trabajar con niños pequeños pero me gusto y siento que haciendo el curso de auxiliar de preescolar voy a crecer más.

¿Se sienten informadas sobre la ayuda que pueden recibir por parte de la Alcaldía?

1: En cuanto al programa sí, la señora Betty siempre nos dice de todo.

3: No, la verdad no mucho. Antes no sabía que esto era de la Alcaldía.

4: Sí claro, gracias a la Señora Betty

2: La dirección de desarrollo social nos llaman y nos informan sobre los cursos, cuándo van a ser y cuánto van a durar. Siempre son ellos los que nos mantienen informados, hay mucha información con la señora Betty. Siempre nos mantienen informados.

5: La señora Betty siempre nos está informando de las cosas que debemos hacer y de otras cosas, también cuando van a venir las personas de la Alcaldía, los supervisores y así.

¿Qué tipo de información les gustaría recibir?

6: Talleres y eventos que haga la Alcaldía también para darle información a las madres.

4: Eventos y los talleres que ofrecen aquí arriba o también los que dan para formarnos, saber si hay más talleres de esos porque a veces solo pueden atender dos personas y así poder informarle al resto.

1: Sí es información que me puede beneficiar a mi o alguien que conozca, algún familiar me gustaría recibirla. Información de talleres de cursos como los que ya hemos visto aquí.

2: Eventos, todos los tipos de eventos que hacen como el que hicieron del día del niño, me imagino que hacen varios así, sería bueno saberlo.

3: Me gustaría saber sobre otras cosas que haga la Alcaldía.

5: Sería bueno saber sobre más cursos que hagan

¿Por qué es importante estar informadas sobre los tipos de ayuda que pueden recibir?

4: Es importante porque es necesario saber lo que está pasando, puedes tener por ejemplo padres preguntándote cosas como las actividades o de cómo su hijo está, si se porta bien, esas cosas entonces es importante poder saber la información para contestar preguntas así.

¿Cómo se enteraron sobre el programa?

1: Otra chica, Nauribet me comentó del trabajo, que había una asociación que estaban buscando a alguien para desempeñar el cargo de madre cuidadora. Ella me llamo y me dijo que tenía que entrevistarme con la señora Betty. Ahí me dijo lo esencial, que esto era trabajar con niños.

3: Prima me dijo que estaban buscando

¿Por qué decides de formar parte de este Hogar para Crecer?

Sujeto 4: Bueno te cuento que yo nunca había trabajado en guardería ni remotamente pensaba hacerlo, sino que vino la encargada del edificio, la señora Bettina y me lo propuso. Me dijo que qué me parecía a mi, que lo intentara, que me podía gustar y podía terminar montando mi guardería, de hecho aquí estamos ya voy para un año. Yo forme una asociación, somos cinco, de la cual yo soy la presidenta de la asociación y bueno vamos a ver hasta dónde para esto [...] aquí estoy cuidando a los niños, tratando de educarlos y dando lo mejor de mi.

Sujeto 3: Porque siempre me ha gustado tratar con niños, había trabajado en otras guarderías antes pero por problemas familiares tuve que salir y aquí llegue porque mi prima me dijo que estaban buscando.

Sujeto 2: Bueno tengo un hermano trabajando en la alcaldía y el me dijo que la señora Betty necesitaba una empleada para la guardería y como a mi me gusta trabajar con niños me vine para acá, le traje mi curriculum a la presidenta de acá y listo. Me gusta porque te ponen a hacer cursos, ya he ido para varios cursos que nos da la Alcaldía y esos cursos los he practicado.

Sujeto 5: Bueno si es una buena iniciativa de la alcaldía, ya sea para mi como para otras personas, me parece excelente el plan de ellos y sí de repente sino fuese algo que yo necesitara ahorita si es algo que ayuda muchísimo, o también a mujeres que no están haciendo nada, al trabajar aquí pueden ayudar a otras que lo necesitan porque no solamente los tenemos aquí también ayudamos a educarlos y ya cuando salen de aquí tienen un cierto nivel, me parece que esa es la idea y me gusta mucho, me parece muy bien lo que se hace. Por eso me gusta estar aquí.

Sujeto 6: De verdad que si, aquí en Barrio Unión no hay muchas guarderías así y ahorita somos muchas las mamás las que estamos trabajando y no tenemos quién nos cuide a los niños, por lo menos yo tengo cuatro y uno es un bebé pequeño, tiene 4 años y nunca había trabajado porque no hay una guardería en la que yo me sentía confiada de que a mi bebé le iba a ir bien entonces me

lo traje para acá, se inició aquí y ya va para segundo nivel ya. Me gusta mucho lo que la Alcaldía está haciendo con los hogares de cuidado.

Sujeto 1: No había escuchado de esto, había trabajado en otras guarderías privadas. Pero esto me parece buenísimo porque es de mucha ayuda, es de muchísima ayuda más que todo para las madres pues que tienen que salir a trabajar y no tienen dónde dejar a sus hijos porque te pones a ver y hay guarderías donde son súper costosas pero estas son mas accesibles, es como que mas ayuda para la mujer.

¿Les gustaría seguir participando?

1: Sí, y seguir capacitándome con los cursos que dan, incluso poder hacer algo para ser maestra de preescolar, porque yo no soy maestra, me están capacitando para poder trabajar aquí pero sería bueno poder ser profesional.

2: Sí, por supuesto, me siento muy cómoda aquí, me gusta mucho lo que hago

3: Por supuesto que sí, este trabajo me gusta mucho.

6: Sí, hasta ahora sí

4: Pues tenemos que ver, a veces no dan ganas porque no todos cumplen con sus responsabilidades. El trabajo me gusta, no te voy a mentir, pero es algo que tengo que pensar.

5: Claro, ya todos los años que llevo aquí, no me imagino en otro lugar.

¿Ahora que están en el programa se sienten informadas?

6: Me dijeron más o menos cómo era, me explicaron, y yo no lo vi tan difícil, me dijeron de lo que hay que estar pendiente, lo que se debe hacer y ya yo tenía cierta idea de cómo era.

5: Sí, la gente de la Alcaldía siempre llama y está pendiente igual que la Señora Betty que siempre esta viniendo a ver cómo estamos

1: Sí, además de cursos con cursos y talleres

2: Tengo mucha información por lo que te comenté que mi hermano trabaja ahí y siempre le pregunto, “qué hacen aquí, qué hacen allá”, siempre le estoy preguntando sobre los eventos, a los mismos promotores siempre que vengo les pregunto de su mismo trabajo, a lo mejor cuestiones que no debería preguntar pero siempre estoy preguntando [...] hay muchas personas que están hacia el otro bando, tu les comentas algo y ya te dicen no no no, pero también pasa que hay muchas personas que están integradas a la Alcaldía, con familiares que trabajan en la Alcaldía.

3: la dirección de desarrollo social nos llaman y nos informan sobre los cursos, cuándo van a ser y cuánto van a durar. Siempre son ellos los que nos mantienen informados, hay mucha información con la señora Betty, ella siempre nos informa, cuando van a venir los supervisores, cuando va a traer a gente de la alcaldía. Siempre nos mantienen informados.

4: Claro, la señora Betty se encarga de todo eso.

¿Te parece que la información que recibes es suficientemente clara y la recibes a tiempo?

4: Claro como te digo, la Señora Betty siempre llama nos dice todo, nos dice los cursos, está pendiente que las cosas funcionen bien. Yo sé que si tengo una duda o necesito cualquier cosa hablo con ella y ella resuelve las cosas.

5: Como te dije siempre están pendientes de nosotros.

1: Sí, así es.

2: Siempre nos mantienen informados. Betty y supervisores de la Alcaldía, que vienen para acá a ver cómo estamos funcionando si necesitamos algo.

6: yo si siento que nos informan, por lo menos de las cosas que nosotras debemos hacer y si van a haber cursos para nosotras o los padres.

3: Si, siempre nos mantienen informados. Promotores y Desarrollo Social

¿Qué otra información te gustaría recibir sobre el programa?

3: Seguir sabiendo sobre los talleres, eso me interesa mucho, tal vez hay otros que no dan aquí pero si en otras partes.

2: Seguir sabiendo sobre los cursos de capacitación, me interesa mucho poder capacitarme y desarrollarme.

4: Como soy responsable de todas aquí entonces siempre seguir sabiendo sobre los talleres para informarle a todas aquí, para su capacitación.

6: Sí, como ellas dicen.

1: Seguir sabiendo sobre los cursos de capacitación.

Cómo crees que se pueden comunicar entonces?

1: Con mucha más información, propaganda, poner letreros, organizar y poner en sitios donde no haya Hogares para crecer y motivar a madres que formen su asociación. Asambleas comunitarias, volantes de información, eventos

6: Mira en mi caso, con mi persona, yo soy así, estamos aquí y alguien esta hablando y yo tal vez escucho un poco de lo que digan pero no me meto mucho. Creo que muchas veces pasa que no es falta de propaganda sino falta de uno, de prestar atención o falta de interés. Mucha gente no está pendiente de lo que está pasando.

3: Más información sobre este hogar para crecer... Debería haber más publicidad. En cada cosa, como un puente, pondría carteles que digan Hogar para Crecer para un futuro mejor, para los niños, algo así. También pueden ser folletos, La publicidad es más fácil, lo que sea más visible porque muchas veces tu agarras los folletos por educación y luego lo botas pero por ejemplo vas por Petare y lo pones aquí en un poste, algo que llame la atención entonces lo ves y pones atención. Hay que poner las cosas más a la vista.

2: Más personal, de manera más directa.

5: No se, yo estaba pensando tal vez que pusieran un logotipo más grande, que se vea, porque muchísimas personas creen que esto es puro curso, entonces por lo menos poner un aviso más grande.

4: Sí, lo que ella dice es verdad cuando la gente te echa el cuento pues es más fácil, incluso de tener confianza saber que va a funcionar. Es más fácil confiar en alguien conocido que te diga esas cosas que a alguien que no conoces.

Recomendarías a alguien más participar en este programa

1: Sí porque es muy bueno, claro que lo haría., pero con, siempre que las cosas se organizan son mucho mejor entonces a través de asambleas, reunir las y darles un poquito de guía, porque este trabajo no es tan fácil como se ve, entonces para que entiendan porque creo que este programa si ayuda mucho, tanto para el que lo necesita, tanto como para las madres cuidadoras que formarían parte de eso.

4: Claro y también les recomendaría que hagan su propia asociación civil para que organicen un Hogar para Crecer ellas mismas.

3: Sí, es bueno. Yo le diría, que hay que tener paciencia, si tú los sabes conducir poco a poco puedas lograr que entiendan las reglas, todo poco a poco.

2: Lo que me parece bueno es que te identificas mucho como mamá, además que trabajando te identificas con muchas cosas.

6: Siempre lo recomiendo mami, la verdad. Mi hermana vive por Valle alto y he visto que ahí hay muchos hogares para crecer, ahorita está urgida y las guarderías de verdad están súper caras y estas son las que más económicas salen. Como madre cuidadora también, yo traje a una prima, siempre estoy pendiente de que si falta alguien le recomiendo a otra persona que trabaje aquí. Lo que me parece bueno es que te identificas mucho como mamá, además que trabajando te identificas con muchas cosas. Te voy a decir además esto me ha dado muchísimo, me voy a inscribir en un curso de auxiliar de preescolar, no soy bachiller pero quiero estudiar para eso porque me gustaría trabajar mucho con los niños.

5: Claro, más si es alguien que le gusta trabajar con niños.

Otros programas.

1: No, se que existen pero no estoy empapada en eso.

4: Bueno si, he escuchado pero muy poco. Antes cuando trabajaba pues no escuchaba mucho. Ahora que estoy involucrada en esto si he escuchado mucho más pero sobre todo por la señora Betty

2: Sí, como te he comentado por mi hermano sé mucho de lo que da la Alcaldía

3: No sé, me ha comentado una vecino sobre ayuda con las medicinas pero la verdad no sé, uno de los cursos también pero no tengo mucha idea, también una señora que vive por la casa que no tiene los recursos para las medicinas y se lo dan.

5: Además de este la verdad es que no.

Anexo F

Transcripción

Grupo focal mujeres entre 18 y 30 años quienes participan en Crece y Progresa

Madres participantes

06 de agosto de 2014

11:00am

Participantes

- **Sujeto 1:** Dina Martínez, 27 años, habitante de Barrio Unión. Casi un mes con su hijo en Hogar para Crecer del Edificio Irene.
- **Sujeto 2:** Lorena Ovalles, habitante de Barrio Unión. 3 años con su hijo en Hogar para Crecer del Edificio Irene.
- **Sujeto 3:** Stefany, 19 años, habitante de Barrio Unión. 2 años con su hijo en Hogar para Crecer del Edificio Irene.
- **Sujeto 4:** Yasmin Sánchez, 29 años, habitante de Barrio Unión. 2 años con su hija en Hogar para Crecer del Edificio Irene.
- **Sujeto 5:** Teresa Ramírez: 30 años de edad, habitante de Barrio Unión. 3 años y 2 años con sus hijos en Hogar para Crecer del Edificio Irene.
- **Sujeto 6:** Yajaira Ramírez, 25 años, habitante de Barrio Unión. 2 años con su hija en Hogar para Crecer del Edificio Irene.

¿Qué servicios esperan por parte de la Alcaldía?

5: Bueno, no sé la verdad, tal vez que lo ayuden a uno y bueno lo básico, que se encarguen de la basura, del servicio de agua, que las cosas funciones y estén bien.

6: Si, bueno lo de la basura es importante pero también creo que cosa que puedan ser beneficio para uno.

Me refiero a programas de ayuda, qué tipo de ayuda les gustaría recibir de la Alcaldía

1: Ah bueno pues sí, como dice ella cosas que sean para el beneficio de uno siempre son buenas de tener. Es bueno saber que alguien serio como la Alcaldía te puede ayudar en cosas, te da como más confianza.

3: Sí, puede ser ayuda con las cosas de la casa, algo que sea un alivio que nos ayude.

5: Tomándolo así pues debería ser como dice ella servicios que nos ayuden, con el trabajo de la casa, el cuidado de los niños, cosas así.

4: Sí, estoy de acuerdo que sean servicios de ayuda para uno, en especial para las madres que estamos solas y pues nos tenemos que encargar de todo.

2: Pueden ser servicios que nos ayuden a aprender también como los talleres que ofrecen aquí, que te sirven para hacer más cosas y son interesantes.

¿Les parece que la Alcaldía debe dar una ayuda especial a las mujeres?

1: Si claro, que sigan ayudando y trabajando y haciendo las cosas chéveres para los chamos y ayudamos los dos. Trabajamos todos juntos para que todo funcione correctamente.

2: No como obligación pero si siempre es bueno que ayuden a las mujeres. Muchas veces son las mujeres las que se encargan de todo en la casa.

6: Sí, es así, que no se vea como una obligación pero si es bueno que sientan que deban ayudar, en especial a la mujer.

¿Qué significa para ustedes superarse/tener una mejor calidad de vida?

1: Que mis hijos tengan más oportunidades que yo, que reciban una buena educación y eso les permita tener más oportunidades para que salgan adelante.

5: Estar segura y tranquila. Hay mucha inseguridad entonces poder vivir en un lugar donde uno no se sienta así todo el tiempo

6: Que mis hijos tengan oportunidades. Uno trabaja mucho para que los hijos vivan mejor, tengan más cosas de las que yo tuve, estén tranquilos.

2: Sí, es así, y eso se consigue con una buena educación para mis hijos. Eso es una prioridad

3: Poder tener las cosas que quiero. Sentirme tranquila.

4: Una buena educación para mis hijos que tengan oportunidades

¿Cómo recibiste la información sobre este programa?

2: Preguntando

1: También porque pase por aquí y siempre veía el aviso de la guardería y entre a preguntar por los requisitos y le empecé a preguntar a gente por ahí y enseguida me explicaron como era la cuestión y me dieron un papel con todos los requisitos

2: Donde yo vivo hay otra muchacha con su hijo aquí

3: Un familiar que ya tenía un niño aquí, entonces como me lo recomendaron traje aquí a mi bebé cuando cumplió el año. Como yo estudiaba necesitaba poder dejarlo en un lugar todo el día.

6: Mi vecina tiene su hijo aquí y me lo recomendó mucho, que tratan bien a su hijo y el tiempo que puede estar aquí porque muchas guarderías son hasta medio día.

5: Preguntando sobre una buena guardería y al pasar por aquí me dijeron que aquí había una guardería y entre a preguntar los requisitos.

4: Me la recomendaron.

¿Por qué esta guardería?

6: Necesitaba donde poder dejar a mi niña y como me la han recomendado y tiene un buen horario pues la elegí.

5: Sí, igual era una necesidad que tenía y me pareció buena opción.

2: yo estuve buscando porque trabajaba y vi esta opción y decidí probarla, ya van casi tres años y me ha parecido excelente no tengo de qué quejarme.

1: bueno yo si venía con una mala experiencia de una guardería que me lo habían tratado muy mal entonces lo saque y comencé a buscar en varias y pude conseguir un cupo en esta y cuando llegue, pude ver las instalaciones, como tratan a los niños y me convenció que sería bueno y hasta ahora le ha gustado mucho, siempre que se despierta me pregunta si vamos a ir al colegio.

3: de aquí salen preparados, no solamente los atienden y dan todos sus alimentos sino también les enseñan además el horario es muy bueno, esta todo el día aquí. Hay otras guarderías que son más caras y solo trabajan medio día.

¿Sabén que esto es una iniciativa de la Alcaldía?

6: Sí

4: Bueno por el cartel de afuera me imagino que sí pero no estoy muy segura.

3: Sabemos que es de la Alcaldía

¿Sabén cómo funciona este programa de la Alcaldía?

1: Bueno, sabemos que está es una guardería de la Alcaldía que la Señora Betty viene aquí a revisar que todo esté bien y que esté funcionando y que dan cursos aquí para las madres y las maestras.

2, 3 y 6: No

5: No sé muy bien, si había escuchado de esos talleres y unos cursos que dan aquí que sé que los dan gente de la Alcaldía

¿Sientes que recibes información clara y suficiente?

1: Me parece bien, porque cuando yo llego siempre me dan información sobre mi hijo y sobre las actividades que van a hacer y eso me ayuda mucho

3: Sí, sí es bastante comfortable saber que los están tratando bien y que tienen como responsable a gente de la alcaldía

2: Sí, siempre me informan sobre mi hijo, lo que hace, cómo se porta, las actividades que hizo y lo que van a hacer.

4: Sí, hasta ahora sí.

5: Pienso igual, me parece buena la información que dan.

6: Sí, sí.

¿Les gustaría saber sobre otros programas?

2: claro mientras mas información y lo tengan a uno al tanto, sí claro chévere

1: es interesante saber las cosas que están haciendo

3: Sí podría ser, por ejemplo cuando averigüé para el año que comienza un preescolar el que conseguí es uno de la alcaldía también.

4: Sí claro, si son para beneficio de uno o algún familiar siempre es bueno. A veces uno necesita saber dónde conseguir una medicina o tiene alguna emergencia y si se puede recibir ayuda pues siempre es bueno saberlo.

6: Estoy de acuerdo con ellas, sobre todo si nos puede ayudar en emergencias.

5: Sí, me gustaría saber si hay más cosas que ofrecen que si para los chamos o para uno mismo.

¿Cómo te gustaría recibir esa información?

2: Volantes, a veces hacen reuniones aquí

1: Ponen carteles afuera

2: Sí y también a veces hacen reuniones aquí, la señora que da los cursos informe en las reuniones que hacen aquí, sobre cursos para prepararse

3: es más practico porque por ejemplo en mi caso yo no tengo computadora por lo menos para mi sería muy difícil y imagino que para los demás también. Mensajes tal vez

4: Reuniones son lo mejor, así te lo dicen más directo y si tienes alguno duda sales de ella ahí mismo.

1: volantes, folletos

5: Si folletos,

6: Reuniones es mejor porque pasa mucho que te dan algo y tu no lo ves, lo botas ahí mismo

5: Podrían poner el volante en unos carteles fijos, que por más que uno no quiera está ahí la información.

1: Exacto en algún momento lo van a leer o bueno por internet si puede ser muy bueno para las personas que pueden utilizarlo

2: mientras lo difundan de todas las maneras posibles, por internet, por reuniones, por folletos, es mejor, más rápido va a llegar la información a todas las personas y todos van a saber. Hay que usar todos los medios para comunicarle a las personas los planes que va a ofrecer la Alcaldía.

3: Por donde yo vivo hay dos vecinos más que tienen sus hijos aquí y eso es muy bueno porque ellos te cuentan y te da la confianza de también participar, de que sí te los van a cuidar bien.

¿Recomendarían este programa a otras personas?

2: Sí claro, incluso tengo un amigo que está interesado, me pregunto cómo me iba con mi chamo aquí y yo le dije que excelente entonces hoy le llevo la información para que inscriba a su chamo.

4: Sí, mi hermano también está interesado en inscribir su chamo pequeño y yo se lo he recomendado mucho.

3: Sí sí, a mi me ha ido muy bien y así como mi hermano me la recomendó yo la recomiendo también.

1: Por supuesto siempre lo hago, siempre estoy recomendando esta guardería a quien lo necesite

5: Me ha ido muy bien aquí entonces claro que sí lo recomendaría

6: Sí sí

¿Conocen otros programas de la Alcaldía?

1: Bueno hay unos cursos que van a dictar aquí y estoy muy interesada.

2: eso lo mismo, lo que dan aquí en el edificio. Otra cosa no sé la verdad.

3: No, solamente este.

5: He escuchado sobre ayuda con las medicinas, creo que aquí mismo dan unas medicinas que son menos costosas y bueno a veces aquí nos dicen de los cursos que dictan arriba.

6: También solo se de los cursos que dan aquí, a veces de repostería, de hacer piñatas y así.

¿Tienen algunas recomendaciones?

2: que hubiera seguro, la posibilidad de que si existe una emergencia o algo asi pero de resto me parece excelente.

1: Recibir más información de las actividades que tienen

3: Tal vez también hacer más actividades afuera, que salgan de paseo o algo así.

Anexo G

Transcripción

Grupo focal mujeres entre 18 y 30 años quienes participan en Contróláte y Progresá

28 de agosto de 2014

9:20am

Participantes

- **Sujeto 1:** Julieta, 30 años, habitante de Brisas de Araguaneý. Participó en Contróláte y Progresá.
- **Sujeto 2:** Lisette González, 29 años, habitante de Brisas de Araguaneý. Participó en Contróláte y Progresá.
- **Sujeto 3:** Emily Delgado, 28 años, habitante de Brisas de Araguaneý. Participó en Contróláte y Progresá.
- **Sujeto 4:** Francis Delgado, 24 años, habitante de Brisas de Araguaneý. Participa en Contróláte y Progresá
- **Sujeto 5:** Yohaira Ramírez, 22 años de edad, habitante de Brisas de Araguaneý. Participó en Contróláte y Progresá
- **Sujeto 6:** Laura Pacheco, 25 años, habitante de Brisas de Araguaneý. Participa en Contróláte y Progresá

¿Es importante su estado de salud?

2: Claro porque sin ella no podría vivir, para tener trabajo, para tener cosas hay que tener salud

1: Para la gente hoy en día la salud es algo como aburrido, pero tener salud es lo más importante.

4: Es primordial, la salud es lo primero

3: Claro eso es lo primordial, porque si no tenemos salud estamos mal. Si tenemos salud lo demás lo resolvemos de cualquier manera.

6: Estoy de acuerdo, la salud es lo primero.

5: Lo más importante, cuando tienes salud lo tienes todo

¿Qué opinas sobre recibir ayuda antes, durante y después del embarazo?

2: Muy importante, antes para saber si pudo de verdad tener un bebe y durante para el crecimiento de mi bebe y después para poder criar a mi bebé.

3: Muy importante porque se evitan las deformaciones de los niños, las enfermedades de las madres durante el embarazo, muchas cosas, la tensión. Uno tiene que tener un buen control para poder tener un buen resultado.

1: Es importante tener un control, es lo que nos puede ayudar a estar bien y tener un bebé sano.

5: Es como un seguimiento, no solo vienes una vez sino que tienes la oportunidad de saber cómo está tu bebé todo el tiempo.

4: Exacto me parece que es algo bueno, es algo bueno poder saber qué está pasando con tu bebé si está bien o no.

¿Qué características debería tener un programa que ayude a mujeres?

6: Es importante que estén pendientes de ellas, que sean cursos y talleres que nos ayuden a aprender cosas que necesitemos en la casa, como los cursos que dictan aquí de repostería y esas cosas que nos ayudan a tener un oficio.

4: Los talleres que nos enseñan cosas son muy buenos, más cosas así nos gustaría tener.

3: Pero en cuanto al programa pues sus exámenes de laboratorio, los ecos, sus medicinas, el control tanto del bebe como de uno como madre, vacunas también, hasta servicio odontológico también.

2: Exacto Durante el embarazo, tener el medicamento al día, saber cómo esta mi bebe cómo esta creciendo, mi estado físico y mental

¿Por qué mental...?

2: porque si uno está nervioso, uno no está bien estabilizado, todo eso afecta al bebé entonces el mental es muy importante para mi

1: Yo opino que lo esencial es un médico para empezar, es como decir el pilar de un programa, por supuesto dar lo que es las vitaminas y lo que se requiere [...] deben saber que aunque son mujeres de bajos recursos la alcaldía las puede ayudar.

¿Cuáles son los servicios que esperas por parte de la Alcaldía?

3: Por lo menos para mi, una atención medica acorde a las instalaciones, no podemos poner aquí un laboratorio si no tenemos espacio, pero que si el ambulatorio trabaja de 7am a 5pm uno pueda venir a las 4pm y tenga un servicio. En verdad, cada vez que vengo con mis hijos o si necesito algo nunca he tenido un inconveniente.

4: Estoy de acuerdo, a veces aunque haya un horario pues no se cumple todo. Es importante saber que te van a atender a la hora que vengas. Eso sería bueno.

6: A mi me parece que tener en cuenta lo de las instalaciones es importante, si aquí no cabe un laboratorio pues no se puede tener pero tal vez darnos más información sobre otros servicios que haya.

2: bueno que por lo menos aquí haya para hacer el eco, porque uno se controla aquí y tiene que ir para otro lado a hacerse el eco y eso lo hace complicado, para mi eso es lo mas importante y bueno también tener aquí para hacer los estudios de sangre, porque hay que bajar a Petare para hacerlo

5: Yo opino que los servicios que ya tenemos sean mejores, haya más de estos servicios.

1: Tal vez además de los cursos que ya recibimos también que sean en otros temas.

¿Creen ustedes que la Alcaldía debería dar una ayuda especial a las mujeres?

2: No una obligación, pero si por lo menos una ayuda, por lo menos aquí hay mucha personas que no pueden ir a un sitio privado, tendrían que irse a un sitio de madrugada entonces si es importante que nos den facilidades

1: Estos programas deberían ser para ambos, hombre y mujer. Ha decaído muchísimo los valores en el hogar, se ha perdido lo que es la orientación sexual, no se conoce el riesgo que se puede correr.

3: Como obligación obligación no, pero si ya lo veo como un, como un derecho, obligación no es porque si uno sale embarazada es responsabilidad de uno, no de la alcaldía, la alcaldía no me mando pero entonces la gente lo ve así como una obligación, de que yo salí embarazada y tengo que ir para el modulo y tiene que haber y hacerme todo y eso no, ahí si estamos mal. Es la conciencia que tiene la gente. Es como cuando vas a una clínica no es que llegas y dices aquí estoy yo, tienes que pagar tu servicio y entonces aquí la tienes gratis no pagas nada y te vas a quejar.

4: Dentro de lo que cabe no, no debería ser responsabilidad de la alcaldía. El venezolano está acostumbrado a que nos tienen que dar las cosas, a que nos regalen las cosas también pero la motivación tiene que salir por nosotros a buscarnos un empleo. En eso si podrían ayudar, sería bueno que sintieran que deben ayudar.

5: Exacto no es como una responsabilidad, es algo bueno que están haciendo que yo lo apoyo y siento que deben seguir haciéndolo y que muchas mujeres puedan recibir esta ayuda es algo muy bueno, pero también hay mucha gente mal agradecida que piensa que esto hay que tenerlo porque sí.

6: Obligado no puede ser, ni de una parte ni de la otra. Las mujeres lo tienen que ver como algo bueno que la Alcaldía nos está dando y es bueno que la Alcaldía siga apoyando con eso.

¿Por qué es importante recibir información?

3: Si porque así se integra la comunidad como tal y así la gente que no esta haciendo nada busque oficio.

4: Sí, aquí hay gente que no está haciendo nada en sus casas mientras que aquí en el ambulatorio hay muchas cosas que hacer, ayudar y muchos cursos que dan.

1: Uno tiene que saber las cosas que puede tener, puedes tener una emergencia, necesitar algún medicamento y no sabes que lo puedes conseguir aquí mismo.

5: Pienso igual, pienso igual. Sí hay cosas que se pueden tener uno debe saber.

2: Sí, sí, porque así como yo estoy informada puedo ayudar a otras personas, si me preguntan cómo es que le hacen a uno, todo eso yo lo puedo informar

¿Se sienten informados sobre lo que ofrece la Alcaldía?

3: Sí porque nosotros siempre estamos aquí con Carmen, en los cursos en todo lo que hacen aquí

1: Sí, si uno viene para acá Carmen siempre te mantiene informada de las cosas que hacen en el ambulatorio.

4: Sí, Carmen siempre nos está informando de lo que hacen aquí, los cursos, los talleres pero otras cosas afuera, en Petare o así no sabemos mucho.

6: Exacto, de las cosas que hacen aquí en el ambulatorio uno siempre está informado.

2: Claro, gracias a Carmen sabemos siempre lo que nos ofrecen aquí pero como dice Francis más bien solo de las cosas que hacen aquí en el ambulatorio.

¿Cómo te enteraste del programa?

Todas: Por parte de Carmen

¿Por qué forman parte del programa?

3: más cerca, y aquí tenía todos los servicios. Para que irme a un lugar más lejos si aquí mismo puedo obtener todo.

5: Así es.

2: Así puedes evitar enfermedades, porque te ayudan y está cerca de ti.

4: Sí, definitivamente porque está cerca me decidí, Carmen me recomendó mucho, que aquí te atienden, te hacen tu control, tus exámenes, tu eco.

1: Así es, podemos tener muchos servicios de cuidado aquí cerca en la comunidad.

6: Carmen me recomendó mucho que asistiera a los programas de aquí del ambulatorio.

¿Cómo reciben la información sobre el programa?

2: bueno ahorita lo recibimos porque aquí está Carmen y ella es la que se encarga de poner panfletos, diciéndoselo a uno, llamando a las personas y por eso es que uno está bien informado.

3: Hablando con las personas, aquí viene mucha gente entonces cuando vienen las personas hay que ponerse hablar con ellas y decirles los que se hace aquí, conversar con ellos entonces es así como un chisme, se lo dices a alguien y lo van comentando y comentando hasta que viene bastante gente.

6: Sí, y pues Carmen que es como la encargada ella siempre está dando información en todo momento, que sí vienes a un curso como hoy que hay una charla sobre los cursos de repostería ella después te dice de los otros cursos que hay o que van a hacer.

¿Cuándo ya están en el programa reciben información constante?

2: Adentro? Sí, recibimos bastante información

3: Sí, sí, te dicen dónde te tienes que hacer los exámenes y cuáles no te pueden hacer. El doctor y las enfermeras además de Carmen.

4: Sí claro, Carmen siempre está pendiente.

6: Sí, Carmen y las enfermeras, el doctor te dicen lo que tienes que hacer, dónde y cuándo te tienes que hacer los exámenes y cuándo te toca control.

1: Sí, Carmen siempre está pendiente de uno. Desde que entras aquí ella está pendiente de ti, de tus cosas.

¿Le gustaría recibir la información de otra manera?

2: Así hasta los momentos está bien, por lo menos ella es muy comunicativa y a cada ratico ella está informando lo que está pasando, ella está muy pendiente en eso.

1, 3, 5: Sí, sí, hasta ahora está bien.

6: Sí, si uno está interesado uno sabe la información y Carmen siempre trata de informarle a todos. Tal vez repartiendo más folletos la gente se puede enterar más.

4: Las personas que están interesadas son las que vienen a las charlas y reuniones entonces ellos podrían ser los mensajeros. La persona que sea vocera de la comunidad se dedique a dar la información a los demás.

¿Conocen otro programa que haga la Alcaldía?

2: Mira de verdad que no, porque como siempre estoy aquí, no salgo hacia fuera y toda la información la tenemos aquí entonces no voy hacia fuera a buscarla

3: Aparte de los cursos, los cursos, lo de la Salud y sé que hay unos planes vacacionales pero de resto si no se.

El resto: No, la verdad es que no.

¿Les gustaría recibir información sobre otros programas de la Alcaldía?

2: Si me gustaría para estar mas informada, no nada mas por lo que dice Carmen sino también otras cosas, la información siempre es la misma entonces poder saber información diferente

3: Sí, me gustaría saber más sobre esos programas

1: Sí claro, como te he dicho es bueno estar informado y así podemos saber que otras cosas hay para nosotras o para nuestros familiares.

¿Recomendarían este programa a otras personas?

3: Sí, yo he mandado a muchas amigas para acá. Les digo de los beneficios y que no tienen que pagar nada.

2: Claro! De que por lo menos son buenos los médicos, estamos recibiendo mas programas, mas información, aquí se ayuda mucho a las personas, a todas entonces lo recomendaría mucho

5: Por su puesto, es algo que ayuda mucho y se debe recomendar

6: Sí es verdad, los médicos son buenos, las enfermeras son muy amables y esto es muy bueno, te ayuda a estar tranquila así que lo recomendaría mucho.

1: Por supuesto que sí, a todo mundo que puedo se lo recomiendo.

4: Claro, a mis familiares y amigas se lo recomendaría mucho. A todos, a quien le pueda decir yo le digo.

Una frase para convencer a otra persona que participe

2: “Hazlo que sí es verdad”

1: “Métete porque las cosas pasan”

¿Qué recomendaciones tienen para la Alcaldía?

2: Más equipos, por lo menos más equipos porque aquí lo que llega si se hace pero con mas equipos la gente se podría defender mucho más, alguna veces se hacen las cosas rasguñando aquí y allá y a la final se hace poco

1: No sé si sea algo que se pueda pero si estoy de acuerdo con más equipos, a veces no se dan abasto con lo que tienen, tratan de hacer las cosas bien pero no siempre se puede, hace falta equipos.

Anexo H

Transcripción

Grupo focal mujeres entre 18 y 30 años residentes de Petare

03 de agosto de 2014

11:30am

Participantes

- **Sujeto 1:** Luzmari Terán, 25 años, habitante de Barrio Unión. 1 hijo de 4 años de edad.
- **Sujeto 2:** Mercedes Sánchez 30 años, habitante de Barrio Unión. Un hijo pequeño que va para la guardería.
- **Sujeto 3:** Alejandrina Sucre 29 años, habitante de Barrio Unión. Dos hijos pequeños.
- **Sujeto 4:** Gladys Pérez, 30 años, habitante de Barrio Unión. 1 hijo de 3 y un nieto de 4 años.
- **Sujeto 5:** Mireya Sánchez: 30 años de edad, habitante de Barrio Unión. 1 hija pequeña que va para la guardería.
- **Sujeto 6:** Yesenia Marbal, 23 años, habitante de Barrio Unión. Hija de 2 años de edad.

¿Participarías en un programa de ayuda de la Alcaldía?

2: Claro que sí, es para el beneficio de uno claro.

1: Sí, por qué no

6: Claro, si me va a ayudar en algo que necesito lo haría

3: Creo que sí, a veces uno escucha de misiones y cosas así pero pues si es a beneficio de uno puede ser.

4: Sí, siempre y cuando me ayude y sea bueno

5: Creo que sí.

¿Por qué es importante para ustedes vivir mejor, tener una mejor calidad de vida?

1: Sí es importante, vivir mejor es importante. Para mi vivir mejor es poder salir de donde yo vivo a un lugar más seguro. Es importante porque es lo que quiero para mis hijos, no quiero que ellos pasen el mismo trabajo que yo, que puedan tener otras cosas.

3: Es importante porque por lo menos si uno mejora la educación de sus hijos así el día de mañana ellos se pueden defender y superarse, tener una vida mejor de la que uno tiene.

2: Sí, claro que es muy importante. Por lo menos poder tener los servicios básicos como todo el mundo eso es vivir mejor.

4: Bueno a quién no le gusta vivir bien, es importante que uno tenga aspiraciones, tal vez ya no para uno pero si tratar que los hijos tengan una buena educación y tengan una vida mejor.

5: Sí, es importante, porque es importante darle una buena educación a tus hijos no una educación a medias, eso es importante para poder superarse para poder tener cosas mejores en la vida.

6: Sí, claro que es importante. Es importante porque uno siempre quiere cosas mejores, quiere tener más cosas, poder disfrutar cosas, no sentir que te van a quitar esto o lo otro o que no puedes tener algo aunque trabajes mucho. Porque quieres estar tranquila, no que si estás preocupada porque te falta esto, no consigues lo otro.

¿Creen ustedes que la Alcaldía debe dar una ayuda especial a las mujeres?

1: Sí, muchas veces pasa que por ser mujeres necesitan más ayuda porque siempre son las que están encargadas de la casa.

6: Eso es verdad, las mujeres nos encargamos de la cocina, de los niños, de lo que falta en la casa, es diferente la ayuda que necesitamos porque muchas veces uno se queda en la casa y el marido es el que sale a trabajar.

4: Pero también pasa que nosotras somos las que tenemos que salir a trabajar, por lo menos yo soy una madre soltera, tengo que salir a trabajar para poder mantener a mis hijos entonces sí me gustaría que existiera una ayuda para mujeres como mi caso.

2: Yo creo que siempre y cuando la necesiten de verdad está bien.

¿Conocen algún programa de la Alcaldía?

Todas: No, la verdad es que no

1: Bueno aunque yo sí llevo a mi hijo a un odontólogo que sé es de la Alcaldía pero no se si eso sea parte de algún programa o algo así, la verdad no sé.

3: Ah bueno yo he escuchado que te ayudan con las medicinas pero no se bien como funciona.

2: Bueno yo sea que por lo menos en Chacao hay un programa que a la gente mayor le revisan la tensión y les dan medicinas, los ayudan con eso. La señora donde trabajo me ha comentado eso.

¿Cómo han recibido esa información?

1: No bueno a mi me dijeron que ahí había buenos odontólogos y que te dan cita y no es tan caro pero no sé mucho.

3: Yo lo he escuchado de vecinos que han conseguido medicinas así.

¿Les gustaría participar en alguno de estos programas?

2: Bueno como no sé mucho de ellos, pues no sé la verdad, pero si son para beneficio de uno sí.

5: Yo no lo sé la verdad, es algo que tendría que pensar

3 y 1: Sí, sí.

6: Sí recibimos la información pues puede ser que sí

4: Me gustaría saber cuáles son para poder decidir

Bueno existen diferentes programas que van dirigidos hacia la educación, alimentación y cuidado de los niños, también para la salud de las mujeres, control prenatal, consultas médicas, programas de ayuda económica, cosas así

Todas: Claro, claro sí son cosas así

1: Sí, son cosas que lo pueden beneficiar a uno

5: Pues sí, eso sería muy bueno

¿Entonces les gustaría recibir más información para poder tomar una decisión?

Todas: Sí, sí claro

¿Cómo les gustaría recibir la información?

1: Pues puede ser en reuniones que se hagan.

3: Sí, puede ser en asambleas de vecinos cosas así, que te reúnan para darte la información, así más directo.

2: Nos puedes notificar, podemos ser notificadas en reuniones, asambleas como dicen.

4: Eso, así de manera directa, en los colegios te pueden informar o si hay gente parada por Petare por los lugares donde uno pasa siempre que te hablen de esa información, de los programas, las ayudas.

5: Sí, así puede ser, que repartan panfletos o en las mismas reuniones que también te den información que la puedes llevar a tu casa porque se te puede olvidar después lo que te dijeron en la reunión.

6: Sí, yo creo que las asambleas pueden funcionar, cuando te lo dicen directamente si tienes una pregunta la puedes hacer ahí mismo y así ya sabes más cosas de una vez.

