



CAMPAÑA INTERNA DE
CONCIENTIZACIÓN SOBRE
INTEGRIDAD Y COMBATE A LA
CORRUPCIÓN EN EL SECTOR
DEPORTE EN MÉXICO

Diciembre 2021

Contenido

Introducción	3
Campaña interna de concientización sobre integridad y combate a la corrupción en el sector deporte en México	6
Mensajes clave de la campaña y materiales gráficos.....	8
Medios de difusión y productos	14
Taller “integridad, ética y medidas preventivas para combatir la corrupción en el deporte”	17
Anexo 1	33
Anexo 2	36
Anexo 3	46
Anexo 4	49

Introducción

En el marco del día internacional contra la corrupción que se celebra el 9 de diciembre y en sintonía con el lema para 2021 “Tu derecho, tu desafío: dile no a la corrupción”, en México se lanzó la Campaña interna de concientización sobre integridad y combate a la corrupción en el sector deporte.

Si bien la corrupción en el deporte no es un fenómeno nuevo pues se tiene idea acerca de las actividades fraudulentas en el funcionamiento de organizaciones deportivas y competiciones desde los antiguos Juegos Olímpicos y hasta nuestros días, lo cambiante es la escala y la complejidad del fenómeno.

En las últimas dos décadas, las actividades delictivas en el mundo del deporte han tenido un incremento sustancial y, dado que la globalización ha jugado un rol muy importante, factores como la afluencia del dinero destinado a los deportes, el rápido incremento de las apuestas deportivas legales e ilegales y un panorama tecnológico cambiante, se ha transformado significativamente la forma en que se juega y consume el deporte.

En una desafortunada combinación, los mencionados factores han presentado nuevas oportunidades para redes criminales que explotan el deporte con fines ilícitos y de lucro, de ahí la necesidad urgente de dar una respuesta unificada que contribuya a contrarrestar este complejo problema.

La manipulación de competencias deportivas representa una amenaza contra la integridad del deporte dado que se estima que son 1.7 billones de dólares los que se apuestan anualmente en mercados ilícitos, un gran negocio que daña la credibilidad del deporte.

Las Instituciones del Deporte de la mano con las instancias cuyas funciones se centran en combatir la corrupción y con el acompañamiento de la Oficina de Naciones Unidas contra la Droga y el Delito (UNODC, por sus siglas en inglés) pueden fortalecer la credibilidad y fomentar la integridad en el deporte. De ahí la importancia de comenzar la acción conjunta con este primer paso, una campaña de concientización entre las instituciones de deporte

que ponga en perspectiva la complejidad y dimensión del problema para enseguida tomar acciones conjuntas.

En consonancia con la visión global que sobre este tema se expone en el Primer Informe Global sobre la Salvaguardia del Deporte de la Corrupción presentado en este mes por la UNODC, las jugadas para abordar eficazmente este problema pasan por tres áreas cruciales de acción:

- En primer lugar, la necesidad de fortalecer los marcos jurídicos, normativos e institucionales para combatir la corrupción y la delincuencia en el deporte, centrándose en los principales acontecimientos deportivos, la manipulación de las competiciones, las apuestas ilegales y la participación de la delincuencia organizada.
- En segundo lugar, la importancia de mejorar la comprensión y las capacidades para abordar la corrupción y la delincuencia en el deporte a través de nuevas investigaciones y análisis.
- En tercer lugar, la necesidad de una mayor cooperación y el intercambio de información y buenas prácticas entre todas las partes interesadas, principalmente del mundo gubernamental y del deporte.

Si a la de por sí compleja dinámica de la corrupción en el deporte se suman otras prácticas corruptas se tiene una fotografía de la dimensión e importancia del problema y la importancia de detectar y denunciar irregularidades bajo marcos legales transparentes, así como la necesidad de fortalecer la resiliencia en víctimas e instancias cuya función y atribución consiste justamente en combatir esta situación.

Entre otros importantes pasos, en el marco de la presente asistencia técnica, además de contribuir al fortalecimiento del instrumento normativo “Código del Buen Gobierno”, en UNODC hemos elaborado una matriz de análisis de la información recolectada a través del diagnóstico y revisión documental, para identificar elementos de prevención de la corrupción, así como las posiciones y procesos más vulnerables a los riesgos de corrupción en las instituciones deportivas seleccionadas.

Acciones puntuales para ir perfilando tópicos que permitan identificar riesgos y gestionarlos, van acompañadas de la presente campaña de concientización para sensibilizar sobre el tema y fomentar con ello la cultura de la integridad, transparencia y rendición de cuentas y de la denuncia.

Campaña interna de concientización sobre integridad y combate a la corrupción en el sector deporte en México

Una campaña de sensibilización tiene como propósito transmitir un mensaje a una audiencia en particular para influir en su comportamiento. La sensibilización engloba incontables formas de actividad cuyo propósito es concienciar a la población sobre un aspecto concreto. En el caso de la presente campaña el objetivo es:

“Fortalecer la cultura ética e integridad de las personas que integran las instituciones deportivas, a través del conocimiento sobre el riesgo de corrupción en el deporte, sus consecuencias, y cómo prevenirla y denunciarla ante las instancias correspondientes”.

La campaña que se propone beneficiará a las personas que integran el sector deporte dado que, conocerán cómo tomar decisiones integrales y los recursos con los que cuentan. Para asegurar que toda competencia se gana en la cancha o pista. (Las personas aprenderán a reconocer las prácticas de corrupción y los medios para denunciar estos)

Para cumplir con dicho objetivo, se diseñó la identidad gráfica de la campaña, la cual, a partir de una imagen sencilla que ilustra la competencia (una mano señalando el número 1), como parte de los elementos esenciales del sector, y vinculado con el fortalecimiento a la integridad a partir de un slogan “Integridad en el deporte. Por una competencia justa y sin trampas” (ver figura 1).

Figura 1. Identidad gráfica de la campaña



Ahora bien, el público meta que se identificó, es decir, aquellas personas a las que se propone dirigir el mensaje son:

- 1 Directivos/as de las instituciones del deporte.
- 2 Administrativos/as
- 3 Técnicos/as, entrenadores/as
- 4 Supervisores/as de prueba (jueces/zas, árbitros/as, réferis)
- 5 Representantes de clubes y
- 6 Deportistas y atletas

Asimismo, se proponen las siguientes metas de comunicación para que la presente campaña tenga el alcance requerido para dar cumplimiento al propósito planteado:

- ✓ Que las personas que forman parte de instituciones deportivas conozcan la campaña y la apliquen en sus actividades diarias.
- ✓ Que el slogan y los mensajes clave sean difundidos al interior de cada institución miembro del SINADE y
- ✓ Junto con la difusión interna a través de canales recomendados se diseñen e implementen productos de comunicación para sensibilizar a sus donantes, proveedores y actores con quienes la institución del deporte tenga interacción.

Mensajes clave de la campaña y materiales gráficos

De acuerdo con Fondo de Población de las Naciones Unidas (UNFPA, por sus siglas en inglés), el objetivo de los mensajes clave es *“sensibilizar e incidir en la comunidad receptora sobre aquello que se desea posicionar, buscando un cambio de conducta y adherencia frente a aquel determinado asunto o tema de interés. Este cambio debe ser sostenido en el pensamiento, opinión y conducta del público objetivo, de ahí la importancia de elaborar buenos mensajes”*¹.

En ese tenor, la campaña se compone de una serie de mensajes, unos claves y otros complementarios que se sugiere sean transmitidos por diversos medios de comunicación (ver figura 2).

Figura 2. Propuesta de mensajes clave y complementarios

Propuesta de mensaje clave	Protejamos al deporte de la corrupción y el delito
	Fomentemos la integridad en el sector deporte
Propuesta de mensajes complementarios	Prevenir las conductas de corrupción y delito en el deporte (todo tipo de violencia y/o conductas violentas)
	Erradicar la manipulación de encuentros deportivos / competencias (se gana en la cancha o en la pista)
	Cero tolerancias al dopaje y/o sustancias prohibidas

¹ UNFPA, *Guía básica para la construcción de mensajes claves*, disponible en: <https://docplayer.es/40858691-Anexo-3-guia-basica-para-la-construccion-de-mensajes-claves.html>

	Cero tolerancias al acoso, a la violencia y a la discriminación
	Generar una cultura del juego limpio

Estos mensajes deben acompañarse de materiales gráficos que permitan que el público objeto obtenga la información necesaria de forma visual y con lenguaje sencillo que permita que comprenda el mensaje en su contexto. Para ello se han desarrollado los siguientes materiales: infografías y postales informativas (ver figuras de la 3 a la 7).

Figura 3. Mecanismos de denuncia

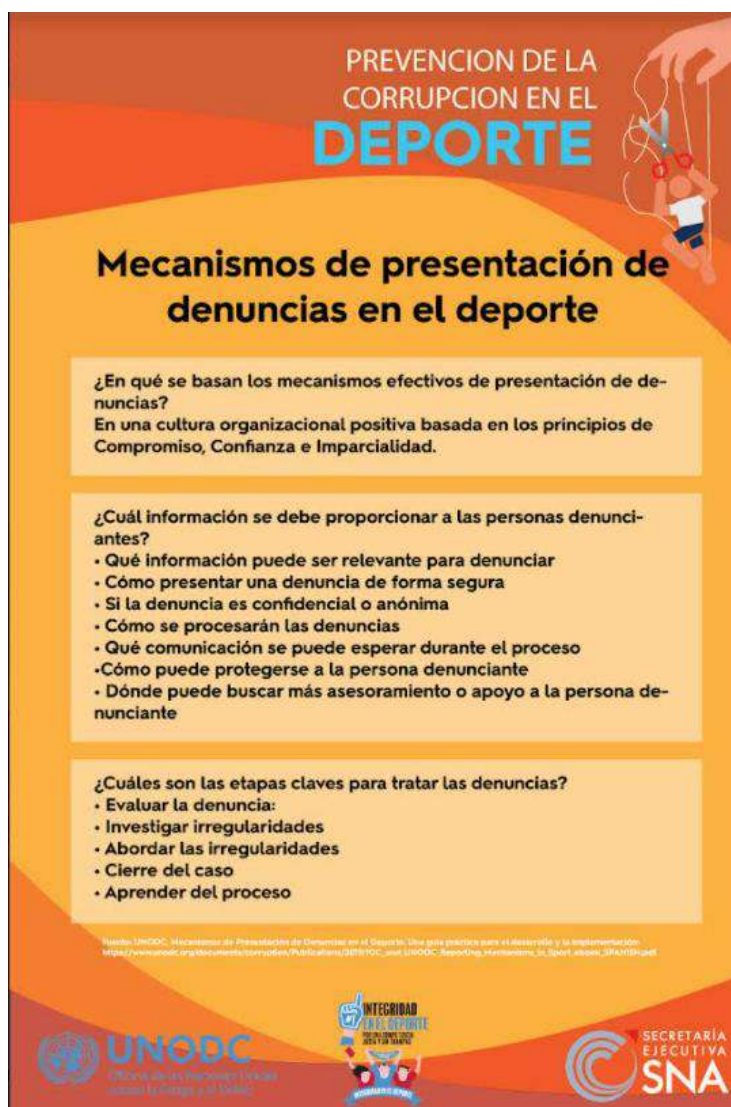


Figura 4. Irregularidades en el deporte



Figura 5. Acciones para prevenir la corrupción

PREVENCIÓN DE LA
CORRUPCIÓN EN EL
DEPORTE



7

Acciones que para prevenir la corrupción en el deporte

1

Revisar y actualizar sus normas y reglas para que se ajusten a los principios de la Convención de las Naciones Unidas contra la Corrupción.

2

Incluir la información pública sobre los riesgos de corrupción en su organización como parte de sus políticas de divulgación de información.

3

Desarrollar políticas integrales de lucha contra la corrupción basadas en una evaluación de los riesgos de corrupción a los que se enfrentan sus organizaciones.

4

Desarrollar, aplicar y simplificar sus mecanismos de denuncia de actos de corrupción, incluyendo la posibilidad de denuncia anónima.

5

Facilitar a su personal el acceso a servicios que puedan proporcionar asesoramiento confidencial sobre las formas de prevenir, mitigar y remediar los conflictos de intereses, y ayudar al personal a ajustar su conducta a las expectativas éticas establecidas por sus organizaciones.

6

Desarrollar y aplicar procedimientos para la selección de personas para puestos considerados especialmente vulnerables a la corrupción.

7

Establecer uno o varios órganos dentro de sus instituciones que tengan una clara responsabilidad en la prevención, detección, investigación y sanción de la corrupción. Estos órganos deben estar dotados de la independencia necesaria, formación y recursos necesarios para llevar a cabo sus funciones de manera eficaz.

 **UNODC**
Oficina de las Naciones Unidas
contra la Droga y el Delito



 SECRETARÍA
EJECUTIVA
SNA

Figura 6. Manipulación de competencias

PREVENCIÓN DE LA
CORRUPCIÓN EN EL
DEPORTE



Manipulación de competencias deportivas

La Convención del Consejo de Europa contra la manipulación de competencias deportivas (también conocida como el Convenio Macolín) utiliza el término "manipulación de competencias deportivas". Esta terminología también es utilizada por varias organizaciones deportivas internacionales, incluido el COI que adoptó en 2015 el Código del Movimiento Olímpico para la Prevención de la Manipulación de Competiciones.

Terminología

Los términos "arreglo de partidos" y "arreglo de competencia" han sido utilizados por diferentes instituciones. Las regulaciones nacionales de distintos países usan una variedad de diferentes términos, que incluyen "fraude deportivo", "corrupción de jugadores", "soborno en contiendas deportivas" o "actividades corruptas relacionadas con eventos deportivos".

Definición

"Un arreglo, acto u omisión intencional dirigido a una alteración inapropiada del resultado o el curso de una competición deportiva con el fin de obtener una ventaja indebida para uno mismo o para otros"
Artículo 3.4. Convenio de Macolín

Tipos de manipulación de competencias

- Activa (acción) / Pasiva (omisión)
- Para ganancia material (obsequio, dinero) o para ganancia no material (privilegios, recomendaciones / ventajas indebidas)
- Manipulación de evento general (resultado final) o evento parcial (número de tarjetas rojas, faltas, puntos marcados)

Tipo de participantes

Participante directo:

- Personas corruptoras: cualquier persona que promete o da una ventaja indebida o la promesa de la misma, directamente o a través de intermediarios.
- Personas que se corrompen: cualquier persona que recibe o acepta una ventaja indebida o la promesa de la misma, directamente o a través de intermediarios, con el fin de manipular un evento deportivo.

Intermediario:

- Cómplice, asistente o instigador de manipulación de competencias.



UNODC
Oficina de las Naciones Unidas
contra la Droga y el Delito



INTEGRIDAD
EN EL DEPORTE
CONTRA LA CORRUPCIÓN



SECRETARÍA
EJECUTIVA
SNA

Figura 7. Gana sin trampa, protegemos al deporte y cuidemos el resultado



Medios de difusión y productos

Es importante señalar que, para transmitir los mensajes antes señalados, se proponen los siguientes medios y acciones:

- ☐ Rueda de prensa
- ☐ Evento de presentación
- ☐ Reuniones
- ☐ Webinars
- ☐ Conferencias
- ☐ Entrevistas
- ☐ Activaciones
- ☐ Alianzas con actores estratégicos (periodistas, activistas, academia, etc)

(X) Mesas redondas

- ☐ Focus group

Al respecto, de acuerdo con Universia, las mesas redondas permiten que cada participante tenga, en determinado momento, una posición de privilegio para compartir su punto de vista sobre un tema específico². En ese sentido, se recomienda que, para fines de profundizar con la transmisión del mensaje de la campaña, así como conocer las percepciones de las personas que integran el sector, se desarrollen mesas redondas.

Este espacio también puede contribuir a fortalecer y/o actualizar los mensajes y canales que integran la campaña.

Medios de difusión:

- ☐ Digitales

(X) Redes sociales

- ☐ Portales de noticias en línea
- ☐ Blog
- ☐ Sitio web / micrositio de la campaña

² Universia, *Cómo hacer una mesa redonda*, 2020, disponible en: <https://www.universia.net/es/actualidad/empleo/como-hacer-mesa-redonda-1150997.html>

(X) Mailing lists

Se recomienda que, se priorice la transmisión de mensajes a través de medios digitales, esto dado que, la transmisión se realiza en un tiempo reducido, el uso de redes sociales y correo electrónico se ha generalizado y los costos en cuanto a impresión se reducen casi al mínimo.

En ese sentido, para el caso de mensajes de redes sociales como Facebook y Twitter se recomienda incluir hashtag que acompañen las publicaciones (ver figura 8).

Figura 8. Hashtag para publicaciones de redes sociales



() Tradicionales

- () Radio
- () Televisión
- () Periódicos



Es importante que, las instituciones implementadoras de la campaña revisen y complementen la información antes mencionada, es decir, identifiquen las particularidades de su cultura organizacional para poder adaptarla. Asimismo, con esta información puede definirse aspectos como: periodicidad de envíos de información, mensajes específicos, etc.

Productos

- () Tarjetas informativas
- () Cuadernillo

- ☐ Folleto
- ☐ Material informativo
- ☐ One pager
- ☐ Press kit
- ☐ Historietas
- ☐ Spots
- ☒ Correo que acompañe postales
- ☒ Portada documento de estrategia
- ☒ branding interno (productos)

Algunos ejemplos de productos que pueden ser desarrollados para deportistas, atletas, técnicos/as y entrenadores/as son: termos, mochilas, camisetas, calcomanías, material deportivo.

Para Directivos/as de las instituciones del deporte, Administrativos/as, Supervisores/as de prueba y Representantes de clubes: libretas, plumas, memorias portátiles, folders, carpetas, agenda, calcomanías.

A los productos de comunicación que se entregarán como parte de esta campaña se sugiere agregar otros que las contrapartes consideren importantes para comunicar al interior del sistema y de sus instituciones.

Es importante para la implementación contar con una planeación de lanzamiento y es altamente sugerible el diseño de un calendario de implementación con fechas, mensajes y productos de comunicación a difundir y los medios a través de los cuales se hará llegar. El calendario puede ser tan detallado como se quiera y puede incluir también el responsable o responsables de la acción a desarrollar como parte de la campaña interna.

Taller “integridad, ética y medidas preventivas para combatir la corrupción en el deporte”

Como parte de la planeación de la campaña y con la propuesta mencionada, la UNODC planeo un taller que tuvo un doble propósito: el primero relacionado con la campaña y tuvo los siguientes objetivos:

- a) Socializar los mensajes
- b) Obtener información adicional para el diseño de mensajes para el público meta y otros elementos para hacer llegar los mensajes al público meta
- c) Dialogar con los asistentes que se espera sean parte del público meta para conocer sus opiniones en torno a los mensajes

El segundo relacionado con el taller y, en el marco de la Semana Anticorrupción tuvo el siguiente objetivo:

Concientizar a las personas participantes de la importancia de contar con mecanismos de prevención de riesgos de corrupción en el sector deportivo.

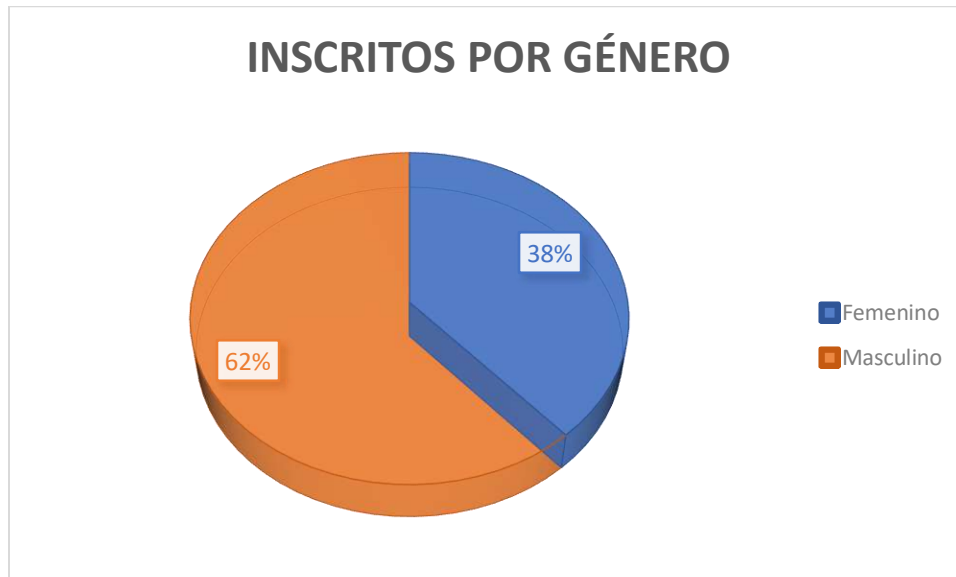
En relación con el primer propósito y como continuidad a la propuesta de campaña arriba versada, se diseñó una mesa de trabajo para retroalimentar los elementos que componen la campaña y conocer más acerca de cómo se presenta el fenómeno de la corrupción en el deporte para así contar con elementos que permitan diseñar otros productos de comunicación.

Enseguida se abordará el segundo propósito y el Taller para volver a la campaña en un siguiente apartado. En relación con el taller, se comenta que la ficha del taller de planeación se encuentra disponible para consulta en este mismo documento en el Anexo 1 y la presentación se agrega como Anexo 2.

Se contó con 13 personas inscritas, aunque durante el evento se solicitaron 40 accesos que fluctuaron a lo largo de las 2 horas que duró el taller. La participación fue activa y los resultados de las actividades de opinión se pueden consultar en el Anexo 3.

En relación con las personas inscritas, cinco de las trece personas que llenaron el formulario de inscripción manifestaron ser del género femenino y ocho del género masculino (Gráfico 1)

Gráfico 1. Personas inscritas por género.



Fuente: elaboración propia con base en información versada en el formato de inscripción.

En relación con la institución de pertenencia en las personas inscritas, se tiene la siguiente información:

Tabla 1. Instituciones inscritas

Auditoría Superior de la Federación
Auditoría Superior del Estado de Yucatán
Consultor Independiente
Contraloría municipal de Cuernavaca Morelos
H. Ayuntamiento de Puebla
Independiente
Instituto Chihuahuense para la Transparencia y Acceso a la Información Pública
Órgano Superior de Fiscalización del Estado de Tabasco
Privada
Secretaria Ejecutiva del Sistema Estatal de Combate a la Corrupción
Tecnológico de Monterrey
Unidad de Transparencia UAEH
World Archery

Fuente: elaboración propia con base en información versada en el formato de inscripción.

Como puede observarse en la Tabla 1, de las trece instituciones cuyas personas se registraron al Taller, hay dos personas independientes, ocho instancias gubernamentales, una privada y una institución académica.

Las personas inscritas manifestaron tener los siguientes puestos en las instituciones a las que se encuentran adscritos:

Tabla 2. Personas inscritas por puesto

Puesto
Asesor
Secretaría Técnica
Consultor Independiente
Responsable del Área de Transparencia
Consultora
Juez internacional
Docente
Directora de Contraloría Interna
Coordinador de Plataforma Digital y Vinculación Interinstitucional
Jefe de la Unidad de Vinculación Externa y Apertura Institucional
Coordinadora de Planeación
Coordinador de auditores
Director de responsabilidades administrativas

Fuente: elaboración propia con base en información versada en el formato de inscripción.

Como se observa en la información de la Tabla 2, de las personas inscritas cuatro personas se encuentran en el primer nivel o nivel directivo en sus instituciones de adscripción: dos a nivel directivo, una Secretaría Técnica una Juez Internacional. Cuatro personas más ocupan mandos medios: dos coordinaciones, un responsable de área y una Jefatura de Unidad. Se inscribieron también una persona asesora, una consultora y una docente.

Como se mencionó, durante el taller se realizaron algunas actividades para obtener retroalimentación de las personas participantes en torno a la imagen gráfica de la Campaña

y sobre los mensajes propuesto. Cabe añadir que se sugirieron mensajes adicionales que se integrarán a la propuesta de mensajes.

Finalmente, y para concluir la actividad tipo taller, se brindaron herramientas que aportaran información para diseñar mecanismos de prevención al interior de sus instituciones, la información sugerida durante el taller puede consultarse en las fichas que se encuentran en el Anexo 4.

Resultados de las dinámicas realizadas en el marco del Taller y que implican la primera evaluación protomonádica.

La dinámica del taller implicó una presentación de objetivos y ahí se presentó también la identidad gráfica de la campaña. En el marco de la introducción, se lanzó la pregunta que aparece en la figura 1 y se presentan las respuestas. A juzgar por la participación, la audiencia opinó por asociación espontánea tanto sobre el slogan e identidad gráfica del logo de la Semana Anticorrupción como del slogan y la identidad gráfica de la campaña. A pesar de preguntar para intentar diferenciar, las respuestas se mantuvieron.

Figura 1. Dinámica protomonádica primera impresión del concepto.



La segunda sección del taller, enseguida de la introducción, se dedicó a profundizar en algunos aspectos que reforzaran o refutaran los hallazgos derivados del diagnóstico realizado como parte del presente proyecto y donde se identificaban a los procesos y procedimientos asociados con el manejo y asignación de recursos financieros como uno de los de mayor riesgo y exposición a posibles actos de corrupción.

A juzgar por la figura 2, se refrenda la gestión de recursos financieros y administrativos como puestos y procesos con alto riesgo de implicar posibles actos de corrupción. Llama la atención las referencias precisas a la “asignación de puestos”, “compras y relación con proveedores” y “selección de integrantes de las delegaciones para competición” como otros puestos y procedimientos implícitos en el desempeño de dichas funciones considerados como de alto riesgo y exposición.

Las funciones directivas asociadas con la designación de funcionarios en puestos de toma de decisiones en el sector deporte, la mención explícita de la instancia que coordina el Sistema Nacional de Deporte en México y la relación con la asignación de becas para deportistas con otras de las menciones importantes para considerar en el siguiente producto relacionado con la matriz de identificación de procesos de alto riesgo en materia de actos de corrupción.

Figura 2. Dinámica para profundizar en procesos de alto riesgo de corrupción



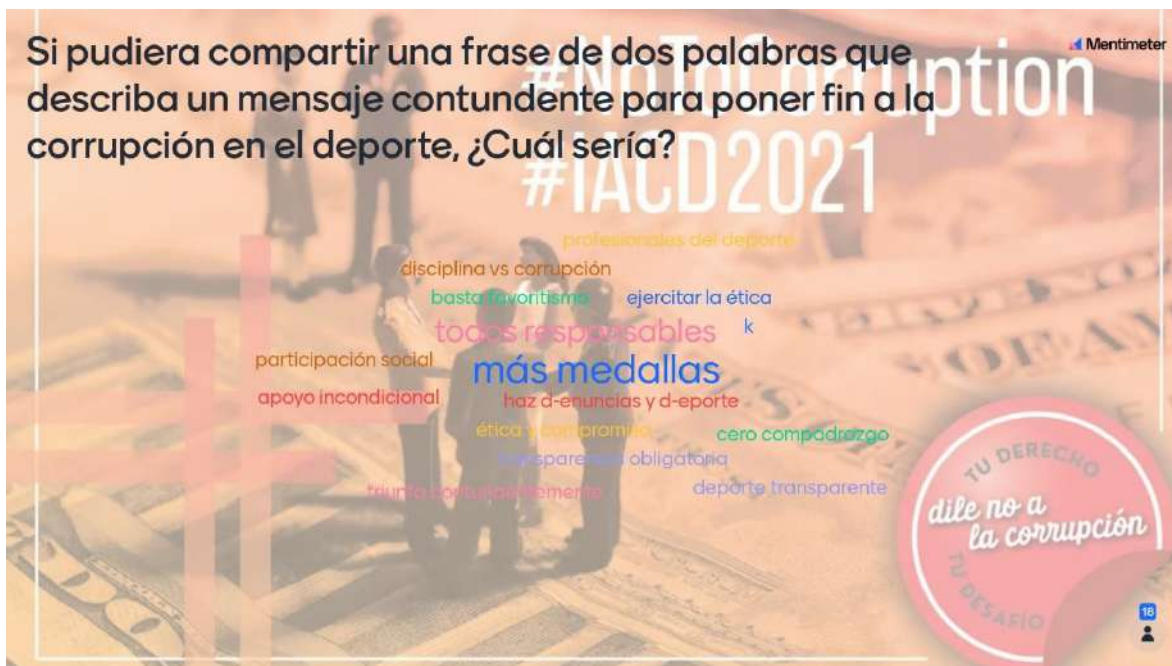
La profundización en los temas anticorrupción concluyo con la dinámica que se presenta en la siguiente figura 3 con la cual se abría nuevamente la puerta para continuar con la evaluación protomonádica.

Como puede observarse, hubo algunos que compartieron frases que bien pueden ser sumadas a los mensajes secundarios y fortalecer con ello la campaña. El hecho de que las personas participantes aportaran con mensajes claros es signo de la recepción y sensibilización lograda con el taller.

La frase con mayor número de menciones fue la de “mas medallas” haciendo referencia a los resultados esperados del sector, seguido de la frase “todos responsables” con la que las personas participantes de forma espontánea envían un claro mensaje.

“Basta de favoritismo”, “haz denuncias y deporte”, “cero compadrazgo” y “cero favoritismo” destacan también como menciones, al igual que otros como: “ética y compromiso”, o “transparencia obligatoria”.

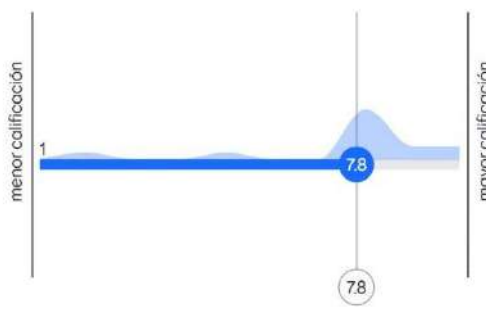
Figura 3. Dinámica de cierre: profundización de procesos de mayor riesgo de corrupción



Durante el taller se presentaron los mensajes y se recuperaron impresiones verbales y por el chat sobre el gusto y la recepción de estos. En términos generales la opinión fue positiva y las sugerencias impresas en la figura 3 dan muestra de ello. De suerte que hacia el cierre del taller y para regresar a aspectos prácticos para diseñar mecanismos de prevención de riesgos de corrupción, se cerró la sección sobre impresiones de la campaña con la figura 4 cuyos resultados hablan de una buena recepción y valoración general de las campañas.

Figura 4. Valoración general de la presentación de las campañas: imagen, slogan y mensajes para redes sociales

¿Cómo calificaría la identidad utilizando una escala del 1 al 10? 



Se compartió con las personas participantes recursos con los que cuenta UNODC para apoyar en el diseño de mecanismos de denuncia, protección a denunciantes, así como para el diseño de políticas antidopaje y contra el amaño o arreglo de partidos las cuales pueden consultarse en este mismo documento en el anexo 4.

Para finalizar el taller, se recuperó la siguiente impresión sobre el impacto de las campañas y mensajes presentados. Se refrendan algunos de los mensajes enviados de la figura 3 como “ética en el deporte”, “tolerancia cero”, “logros sin trampas” y “cuidemos el deporte” frases cercanas en significado a las que se intentó transmitir con los mensajes diseñados para esta campaña.

Figura 5. Conclusiones y primera impresión del impacto de los mensajes de la campaña.

¿Con qué mensaje se queda?
(comparta su impresión en una frase
corta de dos o tres palabras)

logros sin trampas
ética en el deporte
cuidemos el deporte
esperanza de mejorar
la meta es no corrupción
capacitación
tolerancia cero
honestidad y sin trampas
disciplina y desarrollo
transparencia y
meta alcanzada ganador
compromiso con México



Mesas de retroalimentación de la campaña

La planeación de lo que se convirtió en Taller en el marco de la Semana Anticorrupción comenzó con una guía de tópicos a tratar durante unas mesas de trabajo que agregarían información para el diseño de otros productos de comunicación a la Campaña interna de concientización sobre integridad y combate a la corrupción en el sector deporte en México.

La mesa estaba pensada con los siguientes momentos y se sugiere pueda realizarse en algún momento antes del cierre del presente proyecto más adelante. El formato de la mesa es una evaluación monádica, un tipo de evaluación utilizada para conceptos y productos en estudios de opinión y que consiste en presentar un concepto y hacer una serie de preguntas sobre éste. Existen diversos diseños monádicos: protomonádicos cuando se presenta y prueba el primer concepto y monádico de prueba de un concepto o comparación entre conceptos.

En este caso, durante el taller se realizó una evaluación protomonádica y en cuanto se diseñen otros productos: infografía y postales podría realizarse una evaluación para medir si los productos de comunicación cumplen con las características adecuadas para la campaña.

Antes de optar por la realización del taller, se tenía pensada una mesa de evaluación monádica, enseguida se comparte una breve guía de cómo se había planeado.

A. INTRODUCCIÓN y “WARM UP” (3 min.)

- a. Se explicará a los participantes el objetivo de la mesa de trabajo, el tiempo aproximado que pasaremos en ésta y las actividades generales que se desarrollarán.

Observaciones:

- b. Sinceridad: no hay respuestas correctas ni incorrectas.

- c. Neutralidad: explicar que la idea de este ejercicio es tener un panorama completo e integral del tema que se planteará y que lo importante es saber desde sus vivencias, experiencias y particular punto de vista cómo lo enfocan, por tanto, pueden sentirse con la total libertad de hablar todo lo que gusten sobre los diferentes tópicos que sea abordarán a continuación y que su honestidad nos ayudará enormemente a todo el proceso.
- d. Confidencialidad de datos.

I. PERSPECTIVAS GENERALES (15 min)

Ejercicio Proyectivo:

Asociaciones Espontáneas.

- Descripción: Técnica cualitativa por medio de la cual se obtiene de manera rápida y espontánea la información acerca de un tema, sin un pensamiento tan racional, ni estructurado, por el contrario, se dan respuestas más genuinas, emotivas y directas.
- Instrucciones: *“A continuación les voy a formular una serie de preguntas rápidas y lo que les voy a pedir de favor es que me ayuden con sus respuestas también rápidas, entre más rápido, puntual y sin pensarle tanto es mejor, de acuerdo, entonces comencemos con las preguntas”.*

Ejemplos de las preguntas:

- Si les digo la palabra “*corrupción*” qué le viene a la mente, ¿en qué piensan?
- Si les digo la palabra “*deporte*” qué le viene a la mente, ¿en qué piensan...?
- Si les digo la palabra “*deportista/atleta*” qué le viene a la mente, ¿en qué piensan...?
- Si les digo la palabra “*amaño*” qué le viene a la mente, ¿en qué piensan...?
- Si les digo la palabra “*discriminación*” qué le viene a la mente, ¿en qué piensan...?
- Si les digo las palabras “*corrupción en México*” qué le viene a la mente, ¿en qué piensan...?
- Si les digo la palabra “*discriminación*” qué le viene a la mente, ¿en qué piensan...?

II. ENTENDIMIENTO Y ESTRUCTURA DEL TEMA (20 min)

Ejercicio de preguntas y respuestas directas:

- **Descripción:** *Técnica cualitativa por medio de la cual se obtiene de manera práctica y espontánea la información acerca de los puntos específicos relacionados con el tema central.*
- **Instrucciones:** *“Ahora las preguntas que vienen a continuación ya no son de responder tan rápido, sino más bien con respuestas meditadas y reflexivas”*

Ejemplos de preguntas:

- ¿Existe la corrupción en el deporte mexicano? ¿Cómo funciona?
- ¿Cómo se origina, es decir qué factores o situaciones lo desencadenan?
- ¿Cómo impacta esto al deporte y a sus resultados?
- ¿Qué impacto tiene este fenómeno en la economía del país? ¿Mundial?
- ¿Qué instituciones y/u organismos están encargados de combatir este delito?
- ¿Existe la discriminación en el deporte?

III. RELACIÓN DE EXPERIENCIAS CERCANAS (20 min)

Ejercicio Proyectivo:

“Storytelling”

- Descripción: *“Técnica proyectiva, sustentada en la teoría de “Means-End-Chain³” para saber de qué manera son tejidas las historias, a partir de un eje central, además de la manera de establecer vínculos emotivos”*
- Instrucciones: *“Se les pide de favor que los participantes (tres a cuatro) relaten historias o vivencias ligadas a la corrupción en el deporte, que hayan conocido, que hayan sabido, de una manera sencilla, concreta y objetiva”*

Las siguientes preguntas guía podrían orientar la dinámica para contar con información que alimente la descripción.

- ¿Cómo?
- ¿Cuándo?

³ Es una estructura que conecta los atributos de los productos o servicios con las consecuencias producidas por éstos y éstas con los valores

- ¿En dónde?
- ¿Qué sucedió?
- Desenlace
- Aprendizaje

“Proyectivos”

- Si pudieran dibujar en una hoja en blanco, cómo representarían o mostrarían la corrupción en el deporte.

Una vez realizada la dinámica es el mejor momento para presentar el avance de la identidad gráfica y los mensajes clave y secundarios para medir la aceptación, entendimiento reacción y retroalimentación.

IV. EVALUACIÓN MONÁDICA DE LAS CAMPAÑAS (20 min por cada campaña) (se rotarán las campañas en cada mesa de trabajo) (Buscar campañas de comunicación existentes sobre el tema)

Por cada campaña exhibida (15 min) se procederá a lo siguiente:

- Se exhibirá cada campaña y de inmediato sin hacer comentarios al respecto se les pasará el **complemento** correspondiente para su contestación y posteriormente se seguirá con la guía de discusión. Se concederán 5 min (máximo) para su contestación.
- Posterior al llenado del complemento se procederán a realizar las preguntas cualitativas:

Aspectos generales de comunicación a evaluar (a nivel oral y visual) (Complemento)

Nivel de Impacto:

- ¿Qué les pareció esta propuesta (toma sus primeras respuestas enfocadas en todos los componentes visuales que integra el estímulo)?
- ¿Qué les gusto más de la propuesta 1 de la campaña (a nivel espontáneo) (profundizar en todos los aspectos que les agradaron y ¿por qué?)
- ¿Qué no les gustó tanto, de lo que les acabo de exhibir (a nivel espontáneo) (profundizar en las razones)?

Comprensión del mensaje deseado:

- ¿Lo que vieron es fácil de entender o no tanto?
- Si me pudieran describir la campaña, ¿qué me contarían, ¿cómo inicia, ¿qué sucede, ¿cómo finaliza?
- De todo lo que vieron ¿qué es lo más fácil de recordar y entender?
- ¿Qué es lo más difícil de descifrar y lo que no recuerdan tan fácilmente?

Comunicación:

- ¿Cuál es el principal mensaje que captan con esta campaña?, razones al respecto.
- ¿Lo logran, es decir me hacen pensar en lo que desean transmitir?, razones al respecto.
- ¿Qué me hace sentir esta campaña?
- En la escala del 0 (nada) al 10 (lo máximo) ¿qué tanto me motiva esta campaña a prevenir y no caer en actos de corrupción en el deporte?

Relevancia:

- ¿Qué tan importante es esta campaña para ti?, ¿Cómo?
- ¿Crees que funcione esta campaña?
- ¿Me logra mover algo interno o no pasa nada?, razones al respecto.

Credibilidad:

- ¿Qué tan creíble es esta propuesta?, razones...
- ¿Le creo o no tanto? ¿Y por qué?

Intencionalidad:

- ¿Qué tan original consideran esta propuesta para ustedes?
- ¿Qué elementos fueron más originales?
- ¿Cuáles elementos ayudan o lo alejan?
- ¿Creen que cambie la situación en el país con esta campaña?
- ¿Qué gana, Qué pierde?
- En la opinión de ustedes, ¿qué pretende esta campaña, ¿cuál es su propósito?

Calificación Final:

Calificación a esta ejecución:

- Del 1 (Que sería lo peor que hayan visto) y 10 (Lo mejor que hayan visto)... ¿Con cuánto lo califican?
- Razones al respecto:

Jerarquización de las Campañas

- Si tuvieran que elegir alguna de las tres campañas exhibidas, por ¿cuál se inclinarían?, razones al respecto.
- Elementos de mejora. ¿en qué podría mejorar, sugerencias al respecto?

Personificación de “Campaña”

- Con esta ruta creativa: si la campaña se convirtiera en persona ¿cómo sería?: sexo, edad, clase social, estilo de vida, ropa, cualidades, defectos, etc.... Ya termina la exhibición. Se busca obtener las características de esta persona, si es amigable, forma de ser, una interpretación. y de esta forma relacionar el mensaje. Lo que se dice, lo que se busca decir, lo que realmente dice, lo que se entiende.

Agradecer y terminar.

FIN DE LA EVALUACIÓN

Anexo 1

FICHA PROPUESTA DE DINÁMICA

INSTITUCIONES RESPONSABLES: UNODC

FORMATO: TALLER “INTEGRIDAD, ÉTICA Y MEDIDAS PREVENTIVAS PARA COMBATIR LA CORRUPCIÓN EN EL DEPORTE”

COORGANIZADORES: SESNA

FECHA: 8 de diciembre de 2021

HORA: 15:00 a 17:00 horas

DURACIÓN: 2 HORAS

LUGAR: ZOOM

OBJETIVO:

1. Concientizar a las personas participantes de la importancia de contar con mecanismos de prevención de riesgos de corrupción en el sector deportivo.

METODOLOGÍA DEL TALLER

Etapas	Tiempo estimado	Hora
Primera etapa. Bienvenida e introducción (Mecánica del taller y presentación de la identidad gráfica de la campaña de concientización)	10 minutos	15:00- 15:10

Etapas	Tiempo estimado	Hora
Segunda etapa: presentación de una experiencia (Federación Mexicana de Fútbol Asociación A.C.)	10 minutos	15:10–15:20
Tercera etapa: identificación de funciones y procesos de mayor riesgo	20 minutos	15:20 – 15:40
Receso 10 minutos		
Diseño de medidas preventivas	20 minutos	15:50 – 16:10
Receso 10 minutos		
Cuarta etapa: evaluación monádica de la campaña	30 minutos	16:20 – 16:50
Recordatorio para llenar el formato de retroalimentación de la campaña para combatir la corrupción en el deporte en México Agradecimiento y despedida 10 minutos		

LISTA DE ACTORES PARTICIPANTES

Rol	Datos		
	Nombre	Cargo	Institución
Moderadora	Luz María Guzmán	Coordinadora de Proyecto	UNODC
Facilitadora	América Hernández	Especialista en Monitoreo y Evaluación	UNODC
Facilitadora	Jade Manzano	Analista Anticorrupción en Sector Privado	UNODC

Facilitadora	Daniela Pérez	Asistente Anticorrupción	UNODC

PREGUNTAS DETONADORAS (EN CASO DE APLICAR)

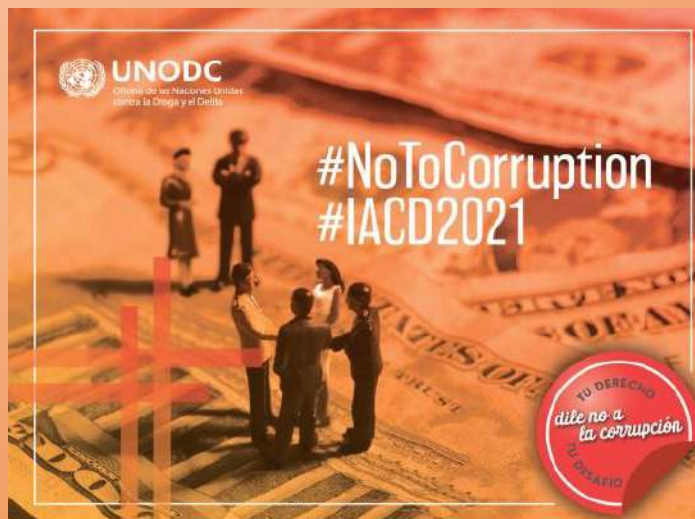
1. ¿Cuáles son los elementos clave que acompañan la implementación del Código de Buen Gobierno para el sector deportivo?
2. ¿Qué procesos identificas como de “alto riesgo” en temas de conflictos de intereses, desvío de recursos y/o malversación de fondos?
3. ¿Qué es un mecanismo de prevención y cuáles son sus elementos?
4. ¿Cuál es el mapa de flujo de los procesos con mayores riesgos de corrupción en su institución deportiva?
5. ¿Cuál(es) sería(n) el(los) mecanismo(s) para prevenir los riesgos de corrupción identificados en esos procesos?
6. ¿A nivel interno se cuenta con canales de denuncia anónima?
 - a. En caso afirmativo ¿cómo funciona? (podría describirlo utilizando un sencillo diagrama de flujo?
7. ¿Sabe usted si existe algún sistema de protección a denunciantes?
8. En su opinión ¿cuál es la importancia de los canales de denuncia internos como mecanismo de prevención de la corrupción en su institución?
9. Una vez habiendo participado en las anteriores mesas de trabajo, ¿considera usted que su institución requiere capacitación en temas de conflictos de intereses?
10. ¿Qué condiciones considera indispensables para fomentar la cultura de denuncia de presuntas irregularidades o actos de corrupción en su institución?

Anexo 2

PRESENTACIÓN

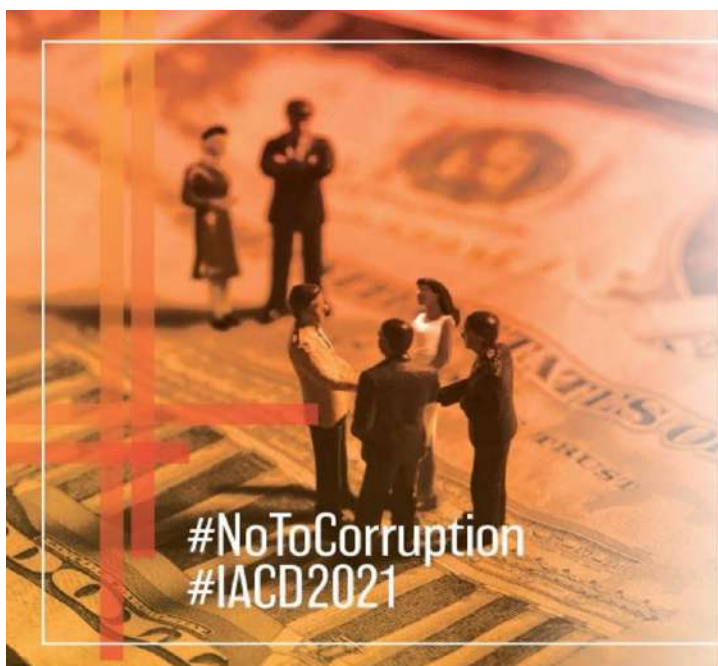
**Taller:
Integridad,
ética y
medidas
preventivas
para combatir
la corrupción
en el deporte**

**¡Les damos la
bienvenida!**



AGENDA DEL TALLER

Etapas	Tiempo estimado	Hora
Primera etapa. Bienvenida e introducción (Mecánica del taller y presentación de la identidad gráfica de la campaña de concientización)	10 minutos	15:00- 15:10
Segunda etapa: presentación de una experiencia (Federación Mexicana de Fútbol Asociación A.C.)	10 minutos	15:10- 15:20
Tercera etapa: identificación de funciones y procesos de mayor riesgo	20 minutos	15:20 – 15:40
Receso 10 minutos		
Diseño de medidas preventivas	20 minutos	15:50 – 16:10
Receso 10 minutos		
Cuarta etapa: evaluación monádica de la campaña	30 minutos	16:20 – 16:50
Recordatorio para llenar el formato de retroalimentación de la campaña para combatir la corrupción en el deporte en México		
Agradecimiento y despedida 10 minutos		



**Integridad, ética y
medidas preventivas
para combatir la
corrupción en el deporte**

OBJETIVO

Concientizar a las personas
participantes de la importancia de
contar con mecanismos de
prevención de riesgos de corrupción
en el sector deportivo.



UNODC
Oficina de las Naciones Unidas
contra la Droga y el Delito



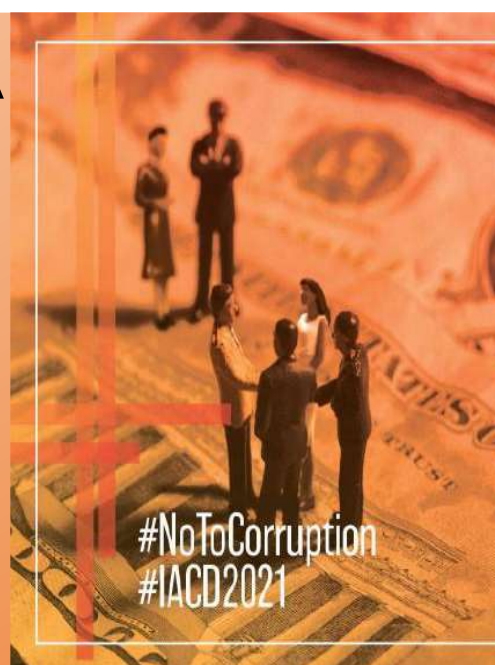
#NoToCorruption
#IACD2021

IDENTIDAD GRÁFICA DE LA CAMPAÑA



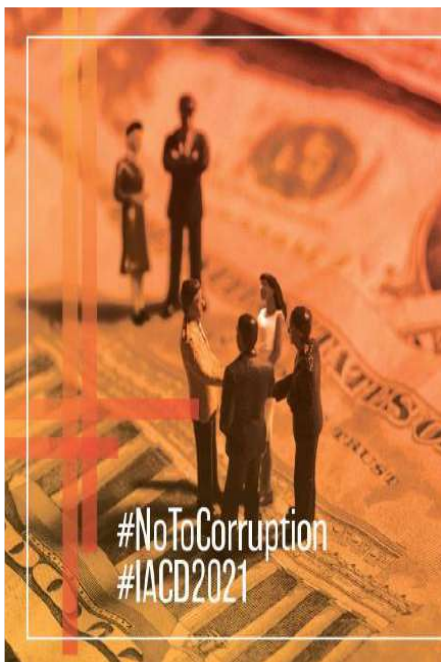
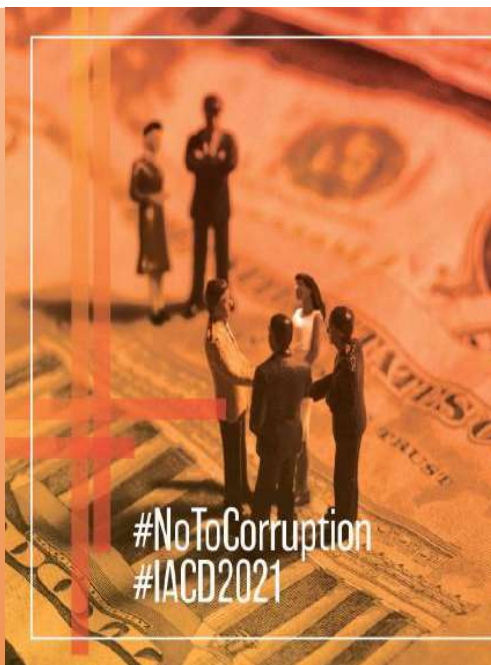


UNODC
Oficina de las Naciones Unidas
contra la Droga y el Delito



#NoToCorruption
#IACD2021

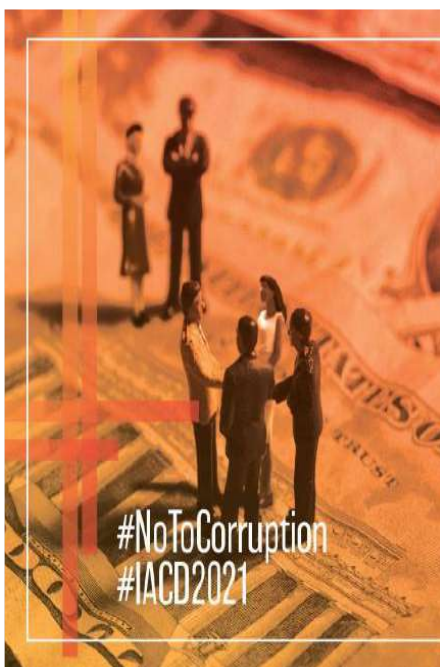
IDENTIDAD GRÁFICA DE LA CAMPAÑA



FEDERACIÓN
MEXICANA DE FÚTBOL
ASOCIACIÓN A.C.

EXPERIENCIA SOBRE
POLÍTICAS Y ACCIONES
PARA PREVENIR LA
CORRUPCIÓN EN EL
DEPORTE

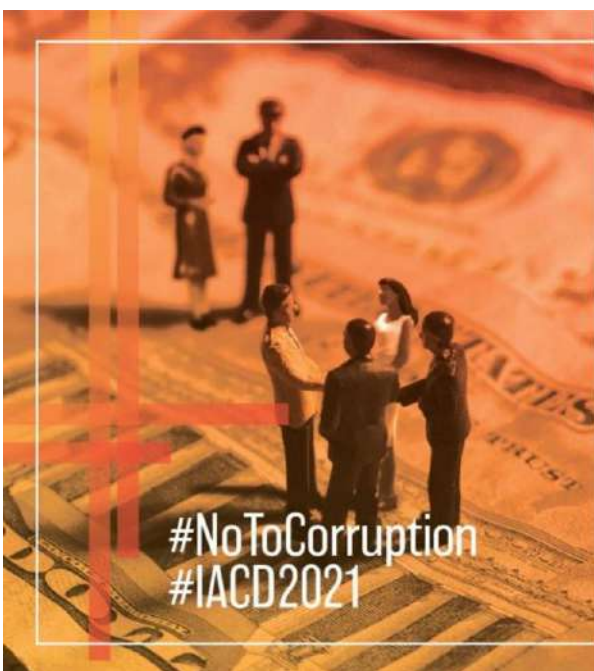




IDENTIFICACIÓN DE FUNCIONES Y PROCESOS DE MAYOR RIESGO

DINÁMICA

<https://www.menti.com/qktbvvcvb>



Identificación de funciones y procesos de mayor riesgo

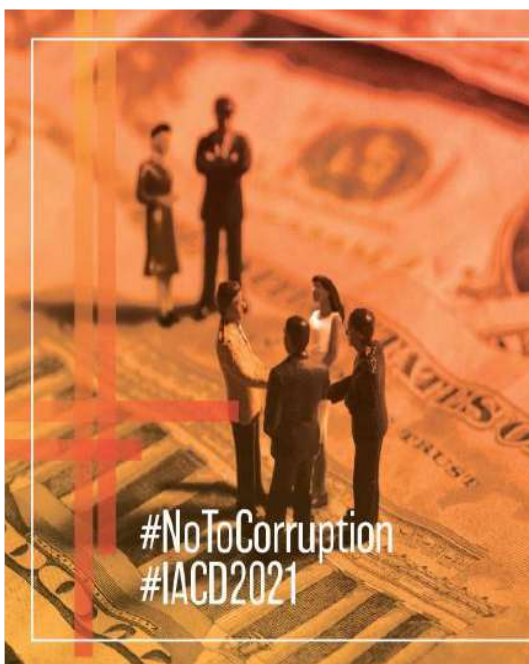
¿En qué consiste cada proceso?

PROCESO	DESCRIPCIÓN (pasos para realizarlo)

Pensando en los pasos que describen el proceso ¿cómo sería un mecanismo de prevención para cada proceso compartido?



UNODC
Oficina de las Naciones Unidas
contra la Droga y el Delito



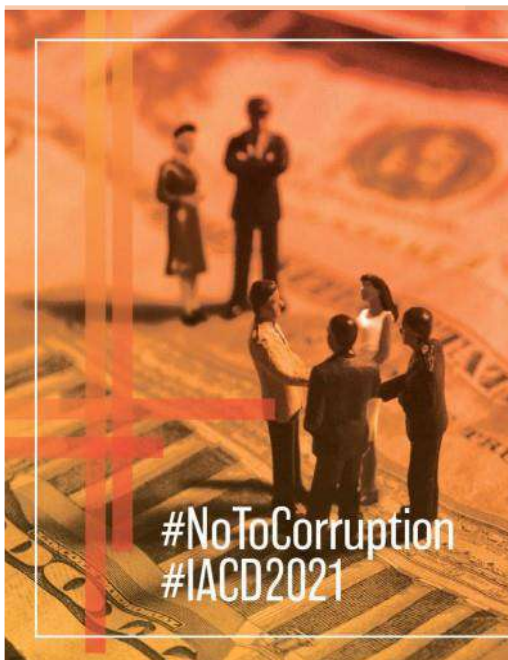
CANALES DE DENUNCIA ANÓNIMA

¿A nivel interno se cuenta con canales de denuncia anónima?

En caso afirmativo ¿cómo funciona?
(podría describirlo utilizando un sencillo diagrama de flujo o bien compartiendo sus pasos de forma breve en un párrafo en el chat?)



UNODC
Oficina de las Naciones Unidas
contra la Droga y el Delito



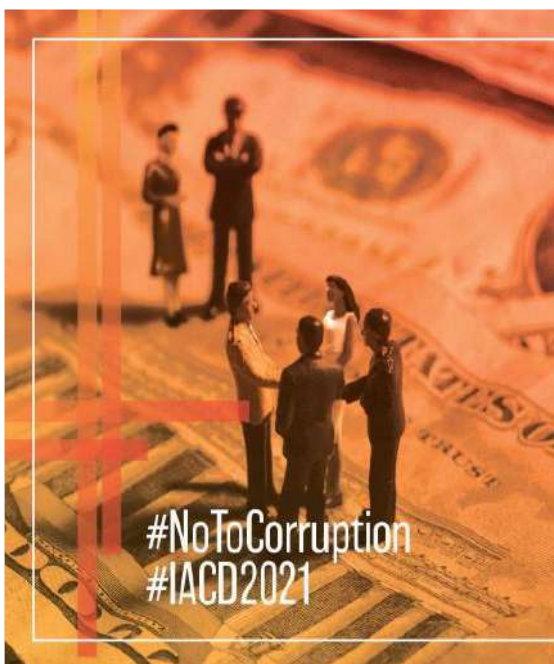
ENCUESTA FINAL

CHAT

Una vez habiendo participado en las discusiones,

1. ¿considera usted que su institución requiere capacitación en temas de conflictos de intereses?
2. ¿Se cuenta con algún sistema de protección a denunciantes o considera que requiere asesoría para diseñar canales de denuncia, protección y protección a denunciantes?



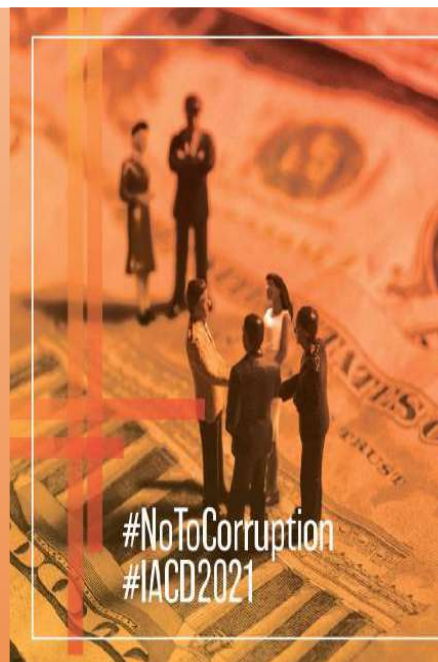


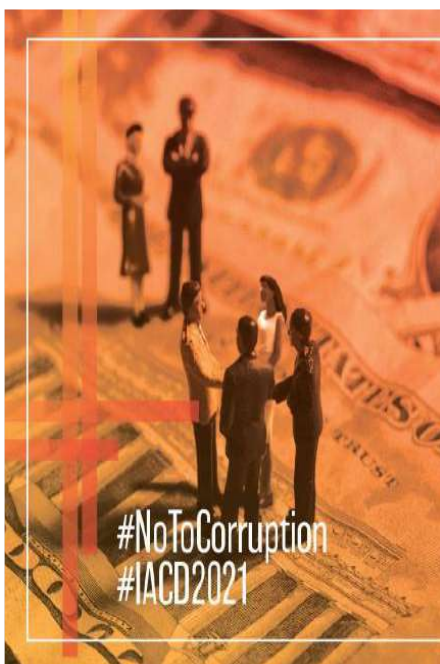
DINÁMICA

<https://www.menti.com/i4dhb5y1ro>



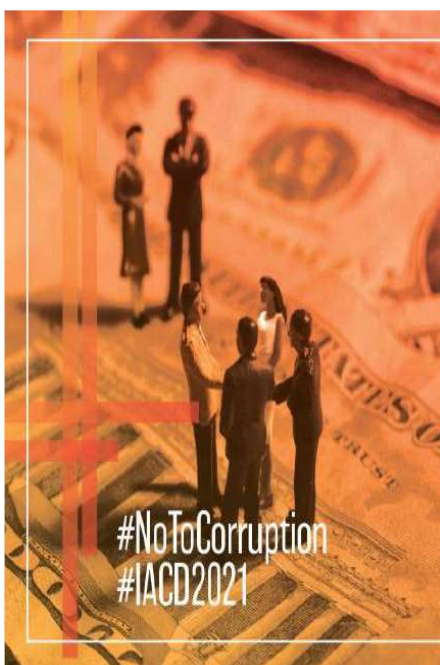
IDENTIDAD GRÁFICA DE LA CAMPAÑA





Valoración visual y comunicativa

<https://www.menti.com/5s4z494t5k>



LA CAMPAÑA BUSCA CONCIENTIZAR SOBRE
LA INTEGRIDAD Y EL COMBATE A LA
CORRUPCIÓN A LAS PERSONAS QUE
CONFORMAN CIERTAS INSTITUCIONES DEL
SECTOR DEPORTIVO EN MÉXICO

Objetivo:

Fortalecer la cultura ética e integridad de las
personas que integran las instituciones deportivas
seleccionadas, a través del conocimiento sobre el
riesgo de corrupción en el deporte, sus
consecuencias, y cómo prevenirla y denunciarla
ante las instancias correspondientes.



MENSAJES CLAVE

Protejamos al deporte de la corrupción y el delito

#ProtejamosElDeporte

#GanaSinTrampas

#LosTrampososNoGanan

#CuidemosElResultado

#CambiemosElDeporte

#MejoremosElDeporte

#GanemosTodasyTodos

#TenamosUnaCulturaDeportivaIncluyente



UNODC
Oficina de las Naciones Unidas
contra la Droga y el Delito





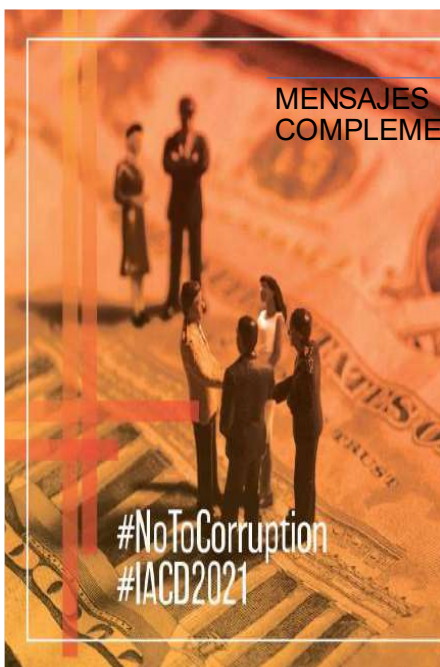
COMUNICACIÓN

- ¿Qué les pareció esta propuesta?
- ¿Cuáles fueron los mejores mensajes clave, a su gusto?
- ¿Qué no les gustó?



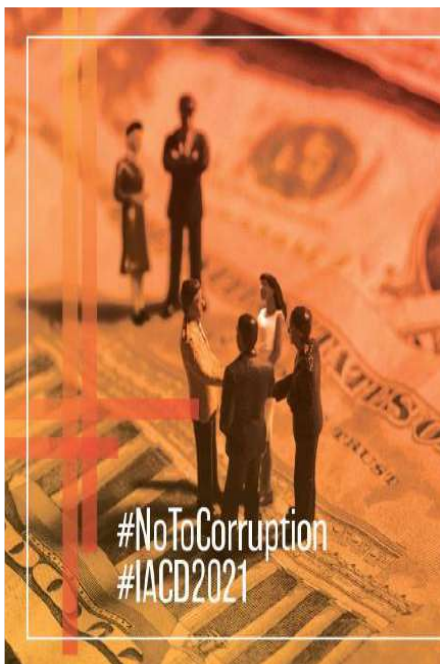
UNODC
Oficina de las Naciones Unidas
contra la Droga y el Delito





MENSAJES COMPLEMENTARIOS

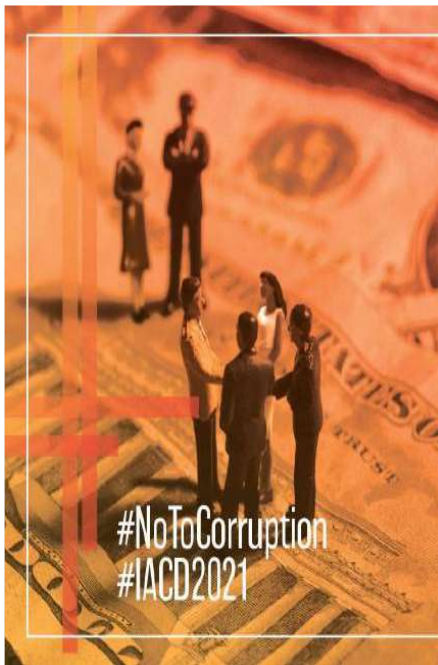
1. Prevenir las conductas de corrupción y delito en el deporte (todo tipo de violencia y/o conductas violentas)
2. Erradicar la manipulación de encuentros deportivos / competencias (se gana en la cancha o en la pista)
3. Cero tolerancias al dopaje y/o sustancias prohibidas
4. Cero tolerancias al acoso, a la violencia y a la discriminación
5. Generar una cultura del juego limpio



NOS GUSTARÍA SABER CUÁLES DE LOS MENSAJES COMPLEMENTARIOS LE PARECEN MEJOR

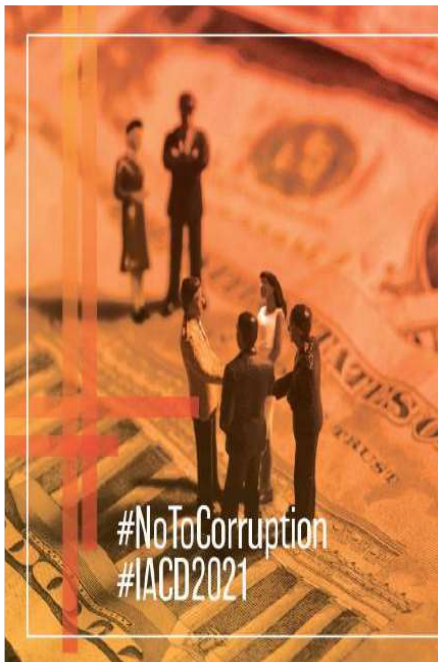
Ponga el número del mensaje complementario que mejor le parece, seguido de una “,” y la razón

Si tiene alguna sugerencia de mensaje, por favor hágala anteponiendo una letra “a” para distinguirla, puede poner tantas como desee.

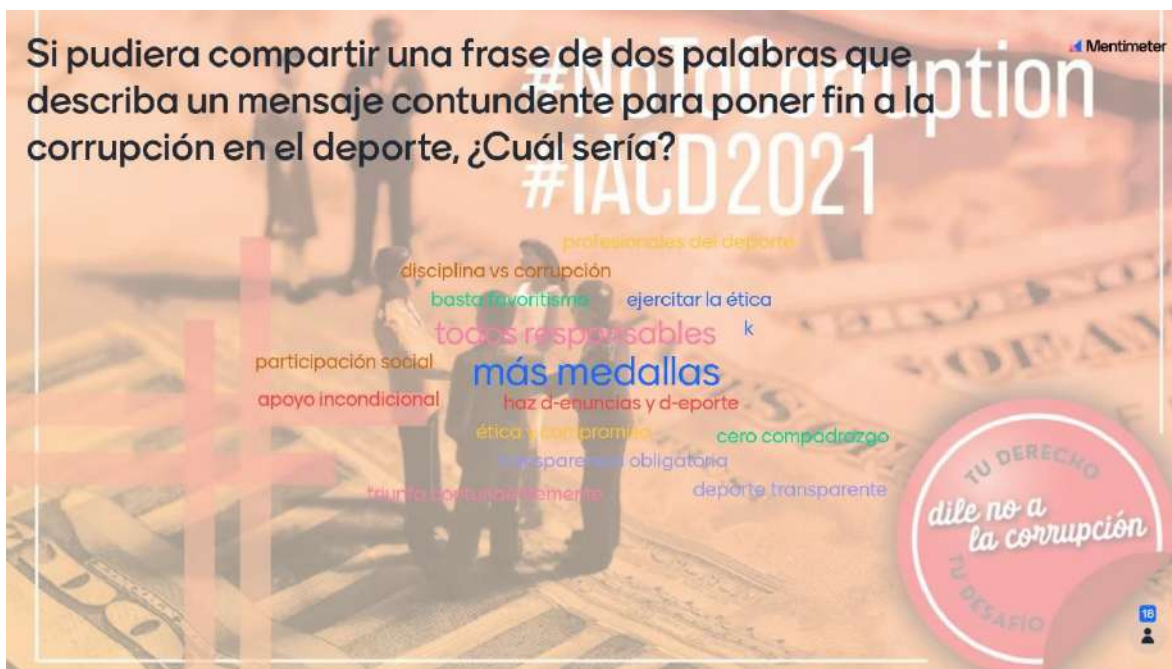


Reflexiones finales

<https://www.menti.com/2cmfck9y>

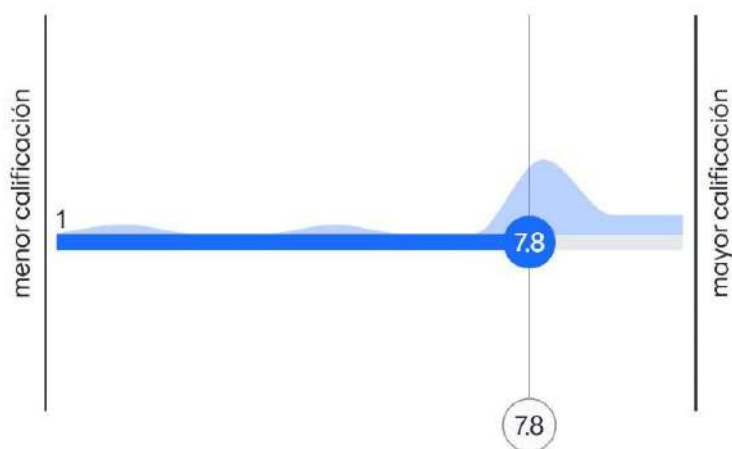


GRACIAS



¿Cómo calificaría la identidad utilizando una escala del 1 al 10?

Mentimeter



14

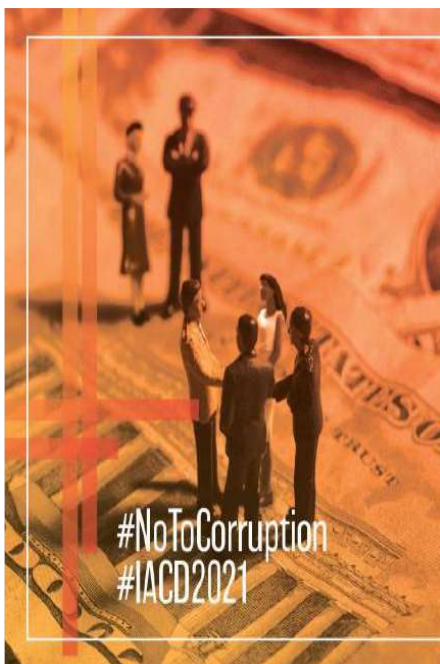
¿Con qué mensaje se queda?
(comparta su impresión en una frase
corta de dos o tres palabras)

logros sin trampas
cuidemos el deporte
la meta es no corrupción
capacitación tolerancia cero
honestidad y sin trampas
disciplina y desarrollo
transparencia y
meta alcanzada ganador
compromiso con México
ética en el deporte
esperanza de mejorar



Anexo 4

INFORMACIÓN PARA LA CONSTRUCCIÓN DE MECANISMOS DE PREVENCIÓN A NIVEL
INTERNO DENTRO DE LAS INSTITUCIONES PARTICIPANTES EN EL TALLER.



Buenas prácticas en materia de presentación de denuncias en el deporte

Documento: Mecanismos de presentación de denuncias en el deporte.

Autor: UNODC

Año: 2019.

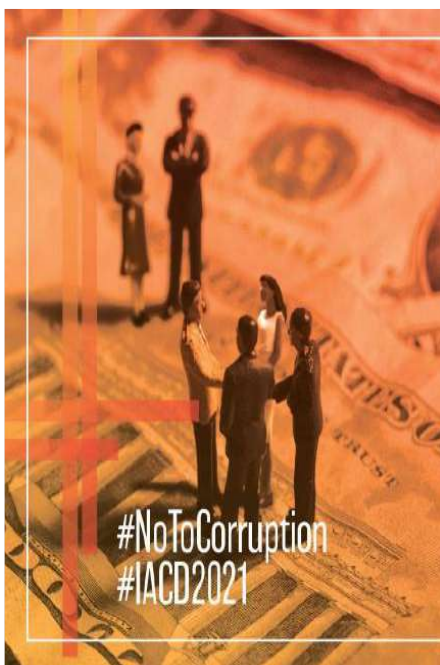
Propósito: proporciona información sobre buenas prácticas para las organizaciones deportivas con respecto a la recepción y el manejo de denuncias de irregularidades, incluida la manipulación de competiciones, el acoso, el dopaje y la corrupción.

Fuente:

https://www.unodc.org/documents/corruption/Publications/2019/IOC_and_UNODC_Reporting_Mechanisms_in_Sport_ebook_SPA_NISH.pdf



UNODC
Oficina de las Naciones Unidas
contra la Droga y el Delito



Buenas prácticas en materia de protección a denunciante

Documento: Guía de recursos sobre buenas prácticas en la protección de los denunciantes.

Autor: UNODC

Año: 2016.

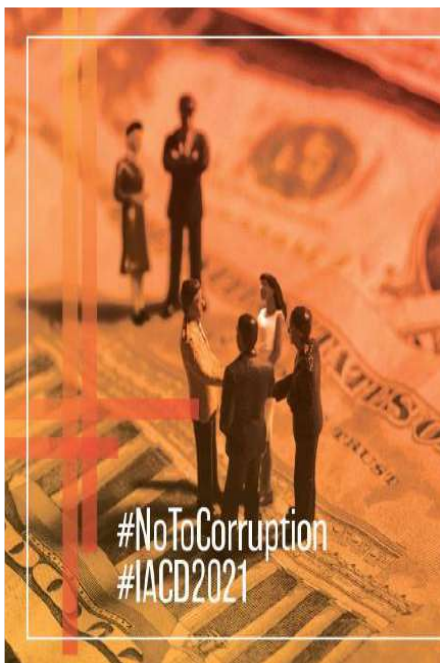
Propósito: En la Guía se explica por qué, en la lucha contra la corrupción, es de crucial importancia alentar y proteger a las personas que comunican información sobre presuntos casos de conducta corrupta

Fuente:

https://www.unodc.org/documents/corruption/Publications/2016/16-02538_S_ebook.pdf



UNODC
Oficina de las Naciones Unidas
contra la Droga y el Delito



Buenas prácticas en materia antidopaje

Documento: Código Mundial Antidopaje 2021

Autor: Agenda Mundial Antidopaje

Año: 2021

Propósito: promover la lucha contra el dopaje mediante la armonización universal de los principales elementos relacionados con la lucha antidopaje

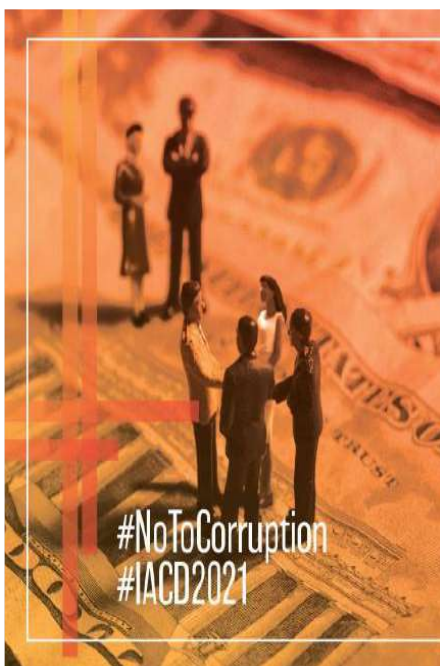
Fuente:

https://www.wada-ama.org/sites/default/files/resources/files/codigo_2021_espanol_final_002.pdf



UNODC

Oficina de las Naciones Unidas
contra la Droga y el Delito



Buenas prácticas en materia de amaño o arreglo de partidos

Documento: Guía de recursos sobre buenas prácticas en la investigación de partidos arreglados .

Autor: UNODC

Año: 2016.

Propósito: En la Guía se busca ayudar a investigadores y a otros actores relevantes con herramientas metodológicas necesarias para investigar el arreglo de partidos .

Fuente:

https://www.unodc.org/documents/treaties/UNCAC/Publications/Sports/UNODC_-_Spanish_-_Resource_Guide_on_Good_Practices_in_the_Investigation_of_Match-Fixing.pdf



UNODC

Oficina de las Naciones Unidas
contra la Droga y el Delito