

Universidad de San Carlos de Guatemala  
Escuela de Ciencias de la Comunicación  
Ejercicio Profesional Supervisado

Estrategia De Comunicación Externa Para La Retroalimentación De Redes  
Sociales En La Alcaldía Auxiliar Zona 18 Colonia Lavarreda

Mayra Nineth Celada Valenzuela

Previo a optar el título de:  
Licenciada en Ciencias de la Comunicación

Asesora:  
Licenciada Evelin Maritza Morazán Gaitán

Guatemala, noviembre 2015

**UNIVERSIDAD SAN CARLOS DE GUATEMALA  
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**Director**

Lic. Julio Esteban Sebastián Chilin

**Consejo Directivo**

Representante de Docentes

M.A. Amanda Ballina

Lic. Víctor Carillas

**Representante de los Estudiantes**

Joseph Mena

Carlos León

**Representante de los Egresados**

Lic. Michael González Batres

**Secretaria Académica y Administrativa**

M.Sc Claudia Molina

**Coordinador General de EPS**

M.Sc Sergio Morataya

**Coordinador de EPS**

M.A. Julio Ochoa España

**Supervisor**

Licda. Evelin Maritza Morazán Gaitán

**Supervisor**

Licda. Brenda Yanira Chacón



**Universidad de San Carlos de Guatemala**  
Escuela de Ciencias de la Comunicación

Guatemala, 29 de enero 2015

EPSL-B01-2015

Ingeniero  
Mauricio Soto  
**Alcalde Auxiliar Zona 18**  
13 av. Entre 4ª y 5ª Calle Colonia Lavarreda Zona 18  
**Municipalidad de Guatemala**  
Ciudad Guatemala

Ingeniero Mauricio Soto:

Por medio de la presente solicito se sirva recibir como practicante de licenciatura en Ciencias de la Comunicación, al(a) estudiante: **MAYRA NINETH CELADA VALENZUELA**, carné 199417106, quien manifestó su deseo de hacer Practica Profesional Supervisada en su institución, para el efecto, se requiere lo siguiente:

- Extenderle una carta de aceptación.
- Facilitarle los materiales para hacer su práctica.
- Aceptar que dentro del Plan y Estrategia de Comunicación de 2015 de su institución, el(a) estudiante tenga la oportunidad de hacer un diagnóstico, elaborar un plan y ejecutar una estrategia, que ayude al Proceso de Comunicación Interno o Externo de su Institución.
- Autorizar que se supervise el Ejercicio Profesional – EPS-.

Atentamente,

**“ID Y ENSEÑAD A TODOS”**

MA. Marco Julio Ochpa  
Coordinador EPS Licenciatura  
Cel. 590000007



Copia: archivo  
MJOE-EMG



**USAC**  
TRICENTENARIA  
Universidad de San Carlos de Guatemala

Edificio M2,  
Ciudad Universitaria, zona 12.  
Teléfono: (502) 2418-8920  
Telefax: (502) 2418-8910  
[www.comunicacionusac.org](http://www.comunicacionusac.org)



Guatemala, 03 de febrero del 2015

MA. Marco Julio Ochoa  
Coordinador EPS Licenciatura  
Pte.

Cordial saludo,

Por este medio informo que la señorita Mayra Nineth Celada Valenzuela ha sido aceptada en esta institución para hacer su Práctica Profesional Supervisada de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, por lo que autorizamos:

1. Facilitarle los materiales para hacer su práctica.
2. La estudiante tiene la oportunidad de hacer un diagnóstico para elaborar plan y ejecutar estrategia de comunicación.
3. Se supervise el Ejercicio Profesional – EPS-

Sin otro particular, agradecemos la atención a la presente,

Atentamente,

The signature is written in blue ink over a circular official stamp. The stamp contains the text 'REGENCIA NORTE' at the top, 'ALCALDIA AUXILIAR Z. 18' in the center, and 'GUATEMALA' at the bottom. The central emblem of the stamp is partially obscured by the signature.

Mauricio Soto Rivera  
Alcalde Auxiliar  
Alcaldía Auxiliar zona 18





**Universidad de San Carlos de Guatemala**  
Escuela de Ciencias de la Comunicación

Guatemala 16 de octubre del 2015

Estudiante Epesista de Licenciatura:  
Mayra Nineth Celada Valenzuela  
Carné no. 199417106  
Presente.

Para su conocimiento y efectos se hace constar que:

Luego de evaluado su trabajo académico impreso y de campo titulado: **Estrategia de Comunicación Externa para la retroalimentación de Redes Sociales en la Alcaldía Auxiliar zona 18 Colonia Lavarreda**, y haber sustentado el examen y defensa de su proyecto de EPS de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, se da por Aprobado por Unanimidad del tribunal Examinador su trabajo final y se autoriza su aprobación en el acta de cierre respectiva y la impresión de su trabajo final de EPSL en un número de 7 ejemplares impresos que deberá entregar a diferentes instancias así como 3 CD's con el documento incluido en formato PDF los cuales deberá entregar a las Bibliotecas Flavio Herrera y la Central, y a la Comisión de Tesis de la E.C.C.

Sin más que constatar:

“ID Y ENSEÑAD A TODOS”

MA. Marco Julio Ochoa

Coordinador EPS Licenciatura

Cel. 590000007



**USAC**  
TRICENTENARIA  
Universidad de San Carlos de Guatemala

Edificio M2,  
Ciudad Universitaria, zona 12.  
Teléfono: (502) 2418-8920  
Telefax: (502) 2418-8910  
[www.comunicacionusac.org](http://www.comunicacionusac.org)

“Para efectos legales, únicamente la autora es responsable del contenido de este trabajo”.

## DEDICATORIA

A Dios:

Que creer en él es la mejor herencia que me han dejado mis padres.

A la Virgen de la Medalla Milagrosa:

Que de su mano he podido llegar a lo que ahora soy.

A mi Madre:

Este triunfo es tuyo, todo lo que soy es por ti.

A mi Padre:

Gracias por la vida. Te quiero tanto, mi ángel en el cielo.

A mi Federico:

Tú eres la palabra amor en mi vida, gracias por aguantarme.

A mis Hijos:

Fernando y Alejandro, son mi vida.

A mis Hermanas:

Mirna y Jenny, Gracias por compartir sus vidas conmigo.

A mis Ahijados:

Estefanía y Antonio son mis otros dos hijos, los quiero.

A mis Primos:

Helen, Juan Carlos y Erick, gracias por estar conmigo en todos los mejores momentos.

A mis Amigos:

Jhony, Sandra, Yarlani, Evelyn, Amanda, Arabella, porque son la esencia en mi vida, sin ustedes que será la vida.

A mis Maestros:

Lic. Evelin Morazán, Lic. Elpidio Guillen, Lic. Juan Alberto González, Lic. Fernando Arévalo, son lo bueno de mi Universidad.

## Índice

<b>Introducción</b> .....	i
<b>Título del tema</b> .....	ii
<b>Antecedentes</b> .....	iii
<b>Justificación</b> .....	v
<b>Capítulo I</b> .....	1
<b>1.1 Diagnostico</b> .....	1
<b>1.2 Comunicación</b> .....	1
<b>1.3 Fundamentos de Comunicación</b> .....	2
<b>1.4 Tipos de Comunicación</b> .....	3
<b>1.4.1 Comunicación Interpersonal</b> .....	4
<b>1.4.2 Comunicación en Público</b> .....	4
<b>1.4.3 Comunicación de Masas</b> .....	4
<b>1.4.4 Comunicación Escrita</b> .....	5
<b>1.4.5 Comunicación Kinésica</b> .....	5
<b>1.4.6 Comunicación Social</b> .....	5
<b>1.4.7 Comunicación Interna</b> .....	6
<b>1.4.7.1 Función Descendente</b> .....	6
<b>1.4.7.2 Función Ascendente</b> .....	6
<b>1.4.8 Comunicación Horizontal</b> .....	7
<b>1.4.9 Comunicación Externa</b> .....	7
<b>1.5 Redes Sociales</b> .....	7
<b>1.5.1 Twitter</b> .....	8



1.5.2 Facebook .....	8
1.5.3 Whatsapp .....	8
1.5.4 Instagram .....	9
1.6 El Proceso de la Observación .....	9
1.6.1 La Observación .....	10
1.6.2 Tipos de Observación .....	10
1.6.3 Observación Directa .....	10
1.6.4 Observación Participante .....	11
1.6.5 Observación no Participante .....	11
1.6.6 Observación Indirecta .....	11
1.6.7 Modalidades de Observación .....	11
1.6.8 Ventajas de la Observación .....	12
1.6.9 Desventajas .....	12
1.6.10 Qué debe observarse .....	12
1.6.11 Conclusión de la Observación .....	13
1.7 Objetivo General .....	14
1.8 Objetivos Específicos .....	14
1.9 Descripción de la Institución .....	14
1.9.1 Historia de la Institución .....	15
1.9.2 Perfil Institucional .....	18
1.10 Misión y Visión .....	23
1.10.1 La Misión .....	23
1.10.2 Visión .....	24

1.10.3 Visión de la Institución .....	24
1.11 Organigrama Institucional .....	25
1.12 FODA .....	26
Capítulo II .....	29
2.1 Metodología .....	29
2.2 Tipo de Comunicación .....	29
2.2.1 Comunicación Externa .....	29
2.3 Tipo de investigación .....	30
2.3.1 Investigación Cuantitativa .....	30
2.3.2 Investigación Cualitativa .....	30
2.4 Instrumentos .....	30
2.4.1 Observación utilizada .....	31
2.4.2 Entrevista .....	31
2.4.3 Encuesta .....	31
2.4.4 Fórmula aplicada a la población .....	31
2.4.5 Descripción de la fórmula .....	32
2.5 Cronograma .....	33
2.6 Presentación de resultados .....	35
4.5 Conclusiones de la investigación .....	46
Capítulo III .....	47
Propuesta de Comunicación .....	47
3.1 Plan de Comunicación .....	47
3.2 Objetivos de la propuesta .....	47
3.3 Mensaje Clave .....	48

<b>3.4</b>	<b>Público Objetivo</b>	<b>48</b>
<b>3.5</b>	<b>Descripción de las propuestas</b>	<b>48</b>
<b>3.6</b>	<b>Justificación de la Propuesta</b>	<b>50</b>
<b>3.7</b>	<b>Estrategia para su Implementación</b>	<b>50</b>
<b>3.8</b>	<b>Presupuesto</b>	<b>51</b>
<b>3.9</b>	<b>Cronograma de ejecución</b>	<b>51</b>
<b>Capítulo IV</b>		<b>52</b>
<b>4.1</b>	<b>Ejecución de Propuestas (artes finales)</b>	<b>52</b>
<b>4.1.1</b>	<b>Ejecución 1: Taller de Redes Sociales</b>	<b>52</b>
<b>4.1.2</b>	<b>Charla de Cómo utilizar las Redes Sociales</b>	<b>52</b>
<b>4.1.3</b>	<b>Ejecución 2: Creación de Grupo de “Whatsapp”</b>	<b>53</b>
<b>4.1.4</b>	<b>Creación de Grupo de “Whatsapp”</b>	<b>53</b>
<b>4.1.5</b>	<b>Creación de Afiches para informar de las redes sociales</b>	<b>54</b>
<b>4.2</b>	<b>Descripción de materiales utilizados</b>	<b>56</b>
<b>4.2.1</b>	<b>Descripción 1: Taller de Redes Sociales</b>	<b>56</b>
<b>4.2.2</b>	<b>Descripción 2: Creación de Grupo de “Whatsapp”</b>	<b>56</b>
<b>4.2.3</b>	<b>Descripción 3: Afiches Informativos</b>	<b>57</b>
	<b>Conclusiones Finales</b>	<b>58</b>
	<b>Recomendaciones Generales</b>	<b>59</b>
	<b>Bibliografía</b>	<b>60</b>
	<b>Anexos</b>	<b>63</b>

## Introducción

La comunicación organizacional se compone de un sin número de elementos, tanto internos como externos que constituyen la plataforma de proyección de la información en una forma eficiente.

Como disciplina del campo de las ciencias sociales, la comunicación externa sitúa su atención en el análisis, diagnóstico, organización y perfeccionamiento de las variables que conforman los procesos comunicativos en las organizaciones, con el fin de mejorar la interrelación de los clientes con la identidad de la organización y mejorar el desempeño con ellos.

La presente investigación realizó un diagnóstico de la comunicación externa de la Alcaldía Auxiliar de la colonia Lavarreda zona 18, en la cual se utilizó la herramienta de encuestar a los vecinos para saber que tan informados están de las redes sociales y cómo usarlas para estar informados de las actividades y los servicios que presta la Municipalidad.

Uno de los problemas que se tiene, es, que las personas no lo tienen como prioridad en su presupuesto como para poder utilizar las redes sociales, por más que sepan en qué consisten y que si las puedan utilizar, ese servicio todavía es muy limitado, cosa que en el futuro debiera de ya no ser un problema; ya que con la tendencia que, cada vez más se encuentra internet gratis en centros comerciales y buses por ejemplo, vamos por buen camino para poder hacer más fluida la información que quieren dar a conocer.

**Estrategia de Comunicación Externa para la retroalimentación de Redes Sociales en la Alcaldía Auxiliar zona 18 Colonia Lavarreda**

## **Antecedentes**

Las alcaldías auxiliares de la Municipalidad de Guatemala, tienen cada vez más afluencia de vecinos, ya no solo llegan a realizar sus pagos de servicios, sino que ahora se acercan a pedir información acerca de las actividades que realizan, es algo que le interesa cada vez más a los ciudadanos, ya que la Municipalidad se ha preocupado mucho, ya no solo de los servicios que presta sino en educar a los ciudadanos haciendo actividades como: Ferias, Cine, Orquesta Sinfónica juvenil municipal a las colonias y barrios de la ciudad, actividades muy interesantes y recreativas.

Con base a la observación realizada sobre el interés de estas actividades, los ciudadanos quisieran poder contar con más información de cuándo se realizaran y la Municipalidad quiere enfocarse a poder hacer llegar esto utilizando las redes sociales, pero según el estudio realizado se llegó a la conclusión que si es una muy buena estrategia comunicacional pero van a tener que esperar un tiempo más en lo que este servicio pueda ser accesible para la ciudadanía.

A continuación se citarán algunos trabajos realizados por estudiantes de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala. Que tienen relación al tema de redes sociales y ayudan a retroalimentar un poco más el tema.

**BALLINA TALENTO, GUILLERMO**

La evolución de internet como medio de comunicación masivo.

Guatemala: USAC, 2008; 80 p.

Debido a la evolución del internet y el uso de las redes sociales, es que se tomó esta tesis, porque nos explica como sí podemos utilizar este medio de comunicación para llegar a un nivel masivo.

BELTETON CARRILLO DE GALVEZ, NIDIA ZULEMA

Internet como nuevo medio de comunicación.-- Guatemala: USAC, 1997;

91 p. Se escogió esta tesis porque vemos que para mi informe el tema del Internet es una gran herramienta para la comunicación.

LEPE LÓPEZ, CLAUDIA PATRICIA, Internet como medio publicitario. (Texto Didáctico).- Guatemala: USAC, 2003; 191 p. En este informe no se quiere vender producto pero si dar a conocer servicios y actividades en las que el Internet sirve mucho como medio publicitario.

PÉREZ HERNÁNDEZ, HALLEY CAROLYN, Fortalecimiento, implementación y actualización de la redes sociales "Facebook y Twitter" como publicidad alternativa para TV USAC.

Para este informe fué muy importante esta tesis ya que es muy similar al tema que se escogió y ayudo a seguir los lineamientos para la realización de la misma.

## **Justificación**

Se considera que el problema de la Alcaldía Auxiliar de la zona 18, no es la forma en que realizan el trabajo de dar a conocer las actividades, porque durante el tiempo que se realizó la investigación se pudo constatar que los empleados si lo hacen y muchas veces hasta arriesgando su vida por tratar de llevar la información a los lugares más peligrosos y olvidados de la ciudad. El problema es cómo lo difunden al público.

El presente estudio reveló que los empleados en su mayoría hacen bien su trabajo y el Alcalde Auxiliar del área de la zona 18 está buscando la manera de informar todo lo bueno que se brinda a la ciudadanía, como Capacitaciones Técnico Productivas, Clases de Música, Clases de Aeróbicos para adultos mayores, visita a Museos, Charlas para mujeres y Cines Fórum, entre otros.

Cabe señalar que una de las estrategias de comunicación externa es informar todo lo que se crea necesario para el bien de la organización y sobre todo que el bien para la organización, es mucho más bien para la ciudadanía, por lo que como resultado del diagnóstico de la comunicación de la Alcaldía Auxiliar de la zona 18, se propusieron estrategias de comunicación externa, en cuya implementación se llevaron a cabo algunas; así como otras se dejará a criterio de las autoridades de la misma.



## Capítulo I

### 1.1 Diagnóstico

Diagnóstico es una palabra que tiene su origen etimológico en el griego y más aún en la unión de tres vocablos de dicha lengua. En concreto, es un término que está formado por el prefijo diag- que significa “a través de”; la palabra gnosis que es un sinónimo de “conocimiento”, y finalmente el sufijo -tico que se define como “relativo a”.<sup>1</sup>

Los diagnósticos se realizan para poder ayudar con el conocimiento aprendido durante estos años, a las instituciones escogidas, después de su correspondiente observación y todos los pasos a seguir para dar el mejor resultado posible para su solución.

### 1.2 Comunicación

Según Cea, “La comunicación se puede definir como la transferencia de información y entendimiento entre personas por medio de símbolos con significados”. La comunicación en cualquier circunstancia de la vida, es de vital importancia, para poder expresar los objetivos, necesidades, emociones, etc., de la misma manera se vuelve imperiosa dentro de las empresas, por lo que se pueden mencionar algunos beneficios en los cuales ayuda:

- Establecer y difundir los propósitos y metas de la empresa.
- Desarrollar planes para lograr dichos propósitos.
- Organizar los recursos humanos en forma efectiva.

---

<sup>1</sup> [www.definicionde/diagnostico/](http://www.definicionde/diagnostico/)Lunes 2 de marzo 2015 3:47p.m.

- Seleccionar, desarrollar y evaluar los miembros de dicha empresa.
- Originar un clima de amplia participación.
- Controlar el desempeño de los miembros.
- Influir en la motivación de los trabajadores.

La comunicación es un elemento muy importante para la vida de las personas, sin la comunicación no pueden convivir los seres humanos. A pesar que las personas se comunican muchas veces no saben utilizarla pues hablan por hablar y no logran transmitir el mensaje deseado o muchas veces las personas también no ponen la atención necesaria y no reciben el mensaje como se requiere, es por eso que debe de transmitirse de la mejor manera entendible así como tratar de recibirlo como se es deseado.<sup>2</sup>

### **1.3 Fundamentos de Comunicación**

La palabra comunicación para Horcas “derivada del latín *comunicare*, que significa intercambiar, compartir, poner en común”, se define como “un campo de estudio dentro de las ciencias sociales, que trata de explicar cómo se realizan los intercambios comunicativos y cómo estos afectan a la sociedad”<sup>3</sup>

*Investigar el conjunto de principios, conceptos y regularidades que sirven de base al estudio de la comunicación como proceso social, es vital para el desarrollo del ser humano. A través de la comunicación se transmiten los patrones culturales que rigen la conducta.*

---

<sup>2</sup> Cea, Ancona, Estrategias y Técnicas de Investigación, Madrid, 1998

<sup>3</sup> Horcas Villareal, J.M.:Lenguaje y Comunicación, en Contribuciones a las Ciencias Sociales, marzo 2009, [www.eumed.net/rev/ccss/03/jmhv7.htm](http://www.eumed.net/rev/ccss/03/jmhv7.htm)

Según Grillo y Nigro, “Dice que las diferentes definiciones del término convergen en que “la comunicación es el proceso de transmisión de información y entendimiento entre los seres humanos mediante el uso de símbolos verbales o no verbales”<sup>4</sup>

La comunicación satisface tres necesidades básicas del ser humano:

- a) Informar e informarse.
- b) Agruparse para conseguir metas comunes.
- c) Establecer relaciones interpersonales.

Según Berlo “La eficacia o fidelidad de la comunicación, no obstante, está sujeta a estrategias y no produce resultados ciertos, generalmente por incompatibilidad entre el propósito de quien emite y la disposición de quien recibe”. La eficacia radica, en buena medida en eliminar, en un sentido amplio del término, los ruidos que se pueden distorsionar el propósito comunicacional.<sup>5</sup>

#### **1.4 Tipos de Comunicación**

Maldonado dice que diariamente las personas se comunican de manera ordenada, con intención, involuntariamente, con gestos o palabras. Se comunican en distintos ámbitos y de distintas maneras, expresando sentimientos, deseos, opiniones, etc.

La comunicación es uno de los procesos más importantes y complejos que lleva a cabo el ser humano. Por ello es importante tomar conciencia y asumir el control de lo que se comunica para ser eficientes y obtener el máximo de las personas y las situaciones.

---

<sup>4</sup> Grillo, María del Carmen y Patrio Nigro. “Las palabras de la Lengua”. Editorial Magisterio de Río de la Plata. Argentina, 2000, p.32.

<sup>5</sup> Berlo, David “Sistemas Sociales, Matriz de la Comunicación”. Capítulo II Comunicación. Editorial el Ateneo. 1991. México.

Se estima que más de un 60% de las actividades diarias involucran alguna forma de comunicación: 6% se dedica a escribir, 11% a leer, 21% a hablar y 30 % a escuchar. Es por eso que no se puede pasar por esta vida sin comunicarse debido a que de alguna manera se hace aunque no se hable, como se ve en los tipos de comunicación se comunica cuando se escribe, se lee, etc.<sup>6</sup>

Para Maldonado los tipos de comunicación tienen una clasificación, que entre otras, detallamos algunas a continuación:

#### **1.4.1 Comunicación Interpersonal**

Es aquella que se realiza generalmente cara a cara. Entre dos individuos o un grupo reducido de persona. Generalmente son conversaciones cotidianas entre familiares o compañeros.

#### **1.4.2 Comunicación en Público**

Es un arte práctico, una herramienta en las organizaciones para mejorar la productividad y un medio de control social, considerado como una de las bellas artes, puesto que la palabra embellecida proporciona placer, estabilidad y visión interior a las experiencias humanas. Esta consiste en comunicarnos a dos o más personas.

#### **1.4.3 Comunicación de Masas**

Es la que parte de un emisor, va dirigida a receptores múltiples e indiferenciados, además de que requiere de medios técnicos o electrónicos para su difusión.

---

<sup>6</sup> Maldonado Willman, Héctor, Manual de Comunicación Oral, Adisson Wesley Logman, México 1998, Pág. 14

#### **1.4.4 Comunicación Escrita**

Está sometida a los conceptos de espacio y tiempo. La interacción entre el emisor y el receptor no es inmediata e incluso, puede llegar a no producirse nunca, aunque aquello escrito perdure eternamente, eso sucede cuando se lee un libro.

#### **1.4.5 Comunicación Kinésica**

Viene del griego kineo que significa movimiento. Es aquella que estudia la expresión de los mensajes corporales, como: los gestos y movimientos del cuerpo, la expresión del rostro, la mirada y el tacto.<sup>7</sup>

#### **1.4.6 Comunicación Social**

Para Leal Jiménez, “Es un campo de estudio sociológico, que explora todo lo relacionado con la transferencia de la información, como esta es transmitida, percibida y entendida, siempre que su impacto sea social”.

Leal Jiménez Antonio indica que “La comunicación social tiene y cumple con las siguientes características:

- a) Aborda temas dedicados y sensibles.
- b) Los beneficios y efectos son a largo plazo.
- c) Es de beneficio social.
- d) Se trabaja con público heterogéneo.<sup>8</sup>

---

<sup>7</sup> Maldonado Willman, Héctor, Manual de Comunicación Oral, Adisson Wesley Logman, México, 1998, pág. 14.

<sup>8</sup> Leal Jiménez, Antonio. Gestión del Marketing. Editorial Mc Graw-Hill

### **1.4.7 Comunicación Interna**

Según Ponce, "Es la comunicación dirigida al cliente interno, es decir al trabajador. Nace como respuesta a las nuevas necesidades de las organizaciones de motivar a su equipo humano y retener a los mejores, en un entorno donde el cambio es cada vez más rápido. La comunicación interna tiene una función descendente y otra ascendente".<sup>9</sup>

#### **1.4.7.1 Función Descendente**

Proporciona a los empleados, un conocimiento de la organización, historia, normas, políticas de personal, política remunerativa, horarios, normas disciplinarias, etc. Dentro de las tareas de este tipo de comunicación se encuentra la edición de boletines internos, la elaboración de resúmenes de prensa, etc.

#### **1.4.7.2 Función Ascendente**

Es la que fluye desde los miembros del nivel más bajo hacia los del más alto nivel jerárquico. La apertura de la vía de comunicación ascendente debe basarse en una adecuada planificación (buzones de sugerencias, concursos de ideas, etc.) Dentro de sus funciones se encuentra proporcionar a los directivos la retroalimentación acerca de asuntos y problemas actuales de la organización. Entre las herramientas de comunicación ascendente se encuentran:

- Entrevista.
- Programa de sugerencias.
- Sección en el periódico interno.
- Por correo.
- Buzón de sugerencias.

---

<sup>9</sup> Ponce Reyes, Agustín, Administración Moderna, Ed. Limusa, México, 1998, Pág. 306

#### **1.4.8 Comunicación Horizontal**

Es la que se da entre personas consideradas iguales en jerarquía de la organización, en estas relaciones es importante la atención a los problemas de estatus, de manera que cualquier comunicación en la que de manera verbal o no se roce la categoría de los implicados tiene grandes posibilidades de ser mal interpretada. Dentro de las tareas de esta comunicación se encuentra, facilitar la coordinación de tareas permitiendo a los miembros de la organización establecer relaciones interpersonales efectivas.

#### **1.4.9 Comunicación Externa**

Es el conjunto de actividades generadas de mensajes dirigidos a crear, mantener o mejorar la relación con el público objetivo de la institución, así como a proyectar una imagen favorable o promover, actividades, productos y servicios. La comunicación externa es la trasmisión y recepción de datos, pautas, imágenes, referidas a la institución y a su contexto es fundamental definir su estrategia y sus políticas y proyectar sobre el ámbito social una imagen de institución fundada en información sobre su dinámica interna.<sup>10</sup>

### **1.5 Redes Sociales**

Una red social es una forma que representa una estructura social, asignándole un símbolo, si dos elementos del conjunto de actores (tales como individuos u organizaciones) están relacionados de acuerdo a algún criterio (relación profesional, amistad, parentesco, etc.,) entonces se construye una línea que conecta los nodos que representan a dichos elementos.

El tipo de conexión representable en una red social es una relación diádica o lazo interpersonal, que se pueden interpretar como relaciones de amistad, parentesco, laborales, entre otros.<sup>11</sup>

---

<sup>10</sup> Pérez, Soler, Estrategia de comunicación en publicidad y Relaciones públicas, Ed. Gestión, España, 2000, pág. 80

<sup>11</sup> [www.definicionabc.com/social/red-social.php](http://www.definicionabc.com/social/red-social.php) 17 de febrero 2015. 8:50 p.m.

### **1.5.1 Twitter**

Creado por Evan Henshaw-Plath es un término inglés que puede traducirse como “gorjear” o “trinar”, es el nombre de una red de *microblogging* que permite escribir y leer mensajes en Internet que no superen los 140 caracteres. Estas entradas son conocidas como *tweets*.

La plataforma de *Twitter* nació en octubre de 2006 en San Francisco (Estados Unidos) como una red social con ciertas características auténticas. Entre las mismas, se puede mencionar que permite un servicio absolutamente gratuito y sin publicidades. (Se financia con las inversiones de empresas de capital riesgo), es muy sencillo de utilizar y estableció una nueva forma de comunicación, en la que lo público y lo privado se fusionan.

*Hashtags* son palabras o frases que comienzan con el símbolo de hash o numeral (#) para crear una lista (Para hacer clic en un *hashtag*, *Twitter* realiza una búsqueda y devuelve los mensajes de todos los usuarios que hayan utilizado ese mismo *hashtag*).<sup>12</sup>

### **1.5.2 Facebook**

En el año 2004 el 4 de febrero el estudiante Mark Zuckerberg crea *Facebook*, que es un servicio gratuito que permite conectar a las personas en internet. Si se es usuario registrado en su página web, se puede gestionar el propio espacio personal: crear álbumes de fotos, compartir vídeos, escribir notas, crear eventos o compartir el estado de ánimo con otros usuarios de la red.<sup>13</sup>

### **1.5.3 Whatsapp**

Creado por Jan Koum *Whatsapp* es un juego de palabras entre la frase en inglés *What's up?* Utilizada en lenguaje coloquial a modo de saludo, (¿Qué tal? o ¿Cómo va?) y el diminutivo *app* de la palabra inglesa *application* (aplicación),

---

<sup>12</sup> [www.iprofesional.com/notas/192253-laincreible-historia-del-hombre-que-cre-ce-twitter-y-lo-vendi-por-us7000](http://www.iprofesional.com/notas/192253-laincreible-historia-del-hombre-que-cre-ce-twitter-y-lo-vendi-por-us7000), Lunes 2 de marzo 2015. 4:24 p.m.

<sup>13</sup> [www.eitb.eus/es/noticia/tecnologia/detalle/1961318/facebook-aniversario-cuando-nacio-quien-lo-creo/](http://www.eitb.eus/es/noticia/tecnologia/detalle/1961318/facebook-aniversario-cuando-nacio-quien-lo-creo/), 17 de febrero 2015 2:00 p.m.



utilizada en este caso como programa informático para teléfonos móviles). El nombre completo de esta aplicación para teléfonos móviles es *Whatsapp Messenger*.

*Whatsapp* permite el intercambio de mensajes escritos, iconos, fotografías, vídeos y mensajes de voz a través de internet. Está desarrollado por la empresa *Whatsapp Inc.*, creada en enero del año 2009 y pertenece a la empresa *Facebook Inc.* desde febrero de 2014.

Tiene un periodo de prueba gratuito de un año. Durante o al final de este periodo se puede continuar utilizando esta aplicación pagando una cuota anual. *Whatsapp* se ha popularizado a nivel mundial y en la actualidad cuenta con más de 400 millones de usuarios activos.<sup>14</sup>

#### **1.5.4 Instagram**

Nació en 2010 como una aplicación para tomar fotografías, editarlas y compartirlas, todo desde su teléfono celular. Su función y uso es muy simple. Luego de tomar la foto, permite aplicar filtros a la imagen que hacen que ésta simule haber sido tomada por cámaras mecánicas imitando la textura de una cámara fotográfica.

Una vez que el usuario elige el filtro deseado, la foto es subida a su perfil en línea y compartida con los demás usuarios de la plataforma. Además, cuenta con una íntima integración con *Facebook* y *Twitter*, lo que permite que las imágenes se compartan fácilmente con aquellos que no están dentro de *Instagram*.<sup>15</sup>

### **1.6 El Proceso de la Observación**

Es definir el objetivo o el propósito de la observación, identificar las variables que se correspondan con el propósito verificar el proceso y el producto.<sup>16</sup>

---

<sup>14</sup> [www.significados.com/whatsapp/](http://www.significados.com/whatsapp/) lunes 2 de marzo. 4:24 p.m.

<sup>15</sup> [www.conexionesbrando.com/1463776](http://www.conexionesbrando.com/1463776) lunes 2 de marzo 2015. 4:05 p.m.

<sup>16</sup> [www.slideshare.com/mizheliitaramirez/leccion-4](http://www.slideshare.com/mizheliitaramirez/leccion-4) 16 de febrero 2015. 8:45 p.m.

Debe hacerse una buena observación porque si hay una diferencia muy grande en mirar y observar y si no se toma en cuenta esto se puede fracasar en una investigación.

### **1.6.1 La Observación**

Es ponerse delante (eso significa el prefijo ob.) De un objeto, a la vez como esclavo (que éste es el primer significado de la raíz serv.) para serle fiel; y como maestro para poseerlo o conservarlo (que es el segundo significado de la raíz serv).

Observar a uno es poner la mirada en él, considerarlo como objeto. Es un procedimiento empírico por excelencia, el más primitivo y a la vez el más usado. Es el método por el cual se establece una relación concreta e intensiva entre el investigador y el hecho social o los actores sociales, de los que se obtienen datos que luego se sintetizan para desarrollar la investigación.<sup>17</sup>

### **1.6.2 Tipos de Observación**

Se tienen dos tipos de Observación uno es la Directa que tiene dos variantes que son la Observación Intersubjetiva y la Intrasubjetiva. También cuenta con dos clases de Observación la Participante y la no Participante. El otro tipo de Observación es la Indirecta.

### **1.6.3 Observación Directa**

Es aquella en la cual el investigador puede observar y recoger datos mediante su propia observación. Presenta como variantes a) La Observación Intersubjetiva, basada en el principio de que observaciones repetidas de las mismas respuestas por el mismo observador deben producir los mismos datos. b) La Observación Intrasubjetiva, que expone que observaciones repetidas de las mismas respuestas por observadores diferentes deben producir los mismos datos.

---

<sup>17</sup> Mendizábal, Rodrigo, Métodos y Técnicas de Investigación Social

#### **1.6.4 Observación Participante**

Es aquella en la que el investigador juega un papel determinado dentro de la comunidad en la cual se realiza la investigación.

#### **1.6.5 Observación no Participante**

En esta el investigador hace uso de la observación directa sin ocupar un determinado status o función dentro de la comunidad en la cual se realiza la investigación.

#### **1.6.6 Observación Indirecta**

Es cuando el investigador corrobora los datos que ha tomado de otros ya sea de testimonios orales o escritos, de personas que han tenido contacto de primera mano con la fuente que proporciona los datos.<sup>18</sup>

#### **1.6.7 Modalidades de Observación**

Según Postic, los medios utilizados: *estructurada (sistemática) o no estructurada (asistemática, libre, simple)*, consiste en reconocer los hechos a partir de categorías o guías de observación poco estructuradas.

El papel o modo de participar el observador: *participante (asume uno o más roles en la vida de la comunidad) o no participante (ajeno a la situación que observa)*. Según el número de observadores: *individual o grupal*.

El lugar donde se realiza: *en la vida real o en el laboratorio*. Instrumentos de la observación. El diario (relato escrito cotidianamente de los hechos o experiencias vividas). El cuaderno de notas (para apuntar sobre el terreno todas las informaciones, datos, fuentes de información, expresiones, opiniones, etc., que son de interés para el investigador).<sup>19</sup>

Los cuadros de trabajo (se presentan los datos en forma de cuadros, planillas, gráficos). Los mapas (ubicación geográfica del área a investigar, con datos acerca

---

<sup>18</sup> Tamayo y Tamayo, Mario, El proceso de la investigación científica, fundamentos de investigación, Ed. Limusa, S.A., México 1981, pág. 100

<sup>19</sup> Postic, M, de Ketele J.M: Observar las Situaciones Educativas, Narcea, Paris, 1988

de sus límites, situación topográfica, extensión, clima, etc.; en una comunidad pequeña se puede señalar las principales instituciones, vías de comunicación, etc.).

Dispositivos mecánicos (cámara fotográfica, filmadora, grabador, siempre y cuando no afecten las costumbres del lugar).

Elementos que conforman la observación:

El sujeto observador.

El sujeto o lo que se observa.

Los medios o sentidos (vista y oído).

Los instrumentos.

El marco teórico (guía de observación).

#### **1.6.8 Ventajas de la Observación**

Según Sánchez dice cuáles son las ventajas y desventajas eso nos permite registrar el hecho cuando está ocurriendo, logrando ese registro con una mayor espontaneidad. Hace posible obtener información del comportamiento tal como ocurre. Los fenómenos se pueden analizar en su totalidad.

#### **1.6.9 Desventajas**

A veces es imposible predecir un suceso como para poder observarlo. La observación dura solamente lo que dura el proceso. Se puede dar la "ecuación personal" o proyección del observador sobre el observado. Es necesario adquirir la capacidad de distinguir entre los hechos observados y la interpretación de esos hechos. Influencia del observador sobre la situación motivo de investigación.

#### **1.6.10 Qué debe observarse**

-Lo que pasa con los particulares (quiénes son, qué tipo de relaciones mantienen, cuántos son, hay personas claves, etc.).

-El ambiente (qué tipo de comportamiento es facilitado, permitido, objetado, etc.).

-El objetivo por el cual se han reunido los participantes del grupo.

-El comportamiento social.

-La frecuencia y duración de los comportamientos (cuando tuvieron lugar, son habituales, son únicos).<sup>20</sup>

#### **1.6.11 Conclusión de la Observación**

Según lo observado se llegó a la conclusión que la Municipalidad de Guatemala realiza muchas obras que el pueblo no se entera y es muy importante para las autoridades y sobre todo para los trabajadores que son los que saben que si se está trabajando para el pueblo, es justo que la ciudadanía esté enterada que no es lo que la gente desea, pero si se realiza.

Un ejemplo en lo observado es que cuando hay una tapadera de un tragante rota o alumbrado eléctrico que no funciona, es de reportarlo a los promotores que tiene asignado cada sector y el objetivo de ellos es el servicio público y en cuanto ellos pueden llegan y resuelven esos problemas que son muy necesarios para los ciudadanos.

Otra de las cosas que es necesario informar es de los cursos técnico productivos que realizan para todas las personas como adolescentes y adultos, estos cursos ayudan a hacer a las personas más productivas y así poder mantenerse en la vida.

También todo lo cultural que realizan para los ciudadanos en cada Colonia o Barrio, eso ayuda a las personas a conocer más de nuestro país.

En conclusión toda la obra que realiza la Municipalidad hay que hacerla saber a todas las personas que se pueda y para eso se requiere utilizar las redes sociales y así poder llegar a informar a todo el país.

---

<sup>20</sup> Sanchez Parga, J: La Observación, La memoria y la palabra en investigación social. Postic, de Ketele: Ob Cit, 1988, pág. 18

## **1.7 Objetivo General**

Proponer un plan de comunicación eficaz para la Alcaldía Auxiliar zona 18, de la Municipalidad de Guatemala, de acuerdo con las características de los vecinos tanto de edad como condiciones socioeconómicas, con el fin de que la información llegue a más personas, a través de redes sociales o por otros medios más eficaces.

## **1.8 Objetivos Específicos**

\*Detectar las necesidades comunicacionales de las Redes Sociales de la Alcaldía zona 18,

\*Investigar los procedimientos de comunicación en Redes Sociales de la Alcaldía Auxiliar.

\*Definir la eficiencia actual de la comunicación a través de las páginas de comunicación de la Municipalidad, tales como *Facebook*, *Twitter*, y página *Web*.

## **1.9 Descripción de la Institución**

Municipalidad de Guatemala

Alcaldía Auxiliar

13 Av. Entre 4ta. Y 5ta. Calle Colonia Lavarreda zona 18

### **Municipalidad**

Se llama municipalidad a aquella institución pública encargada del gobierno y de la administración en territorios más bien pequeños y reducidos como puede ser un pueblo o una localidad.

El término municipalidad es característico de algunas regiones y puede recibir otro nombre en otros espacios (como Ayuntamiento o *town hall*) a pesar de poseer todos ellos las mismas características. Una municipalidad está encargada en términos generales de cuestiones relacionadas con la administración de un pueblo o una localidad.

Si bien esto parece una tarea sencilla por tratarse de un pequeño territorio, no lo es necesariamente ya que la municipalidad debe hacerse cargo de todas las cuestiones administrativas, económicas, culturales y sociales del espacio. En muchos casos, los mismos vecinos son los que forman parte de ella y el hecho de conocerse unos a otros puede volver la tarea un poco complicada y difícil en ocasiones.

## **Vecino**

Es un término que procede del latín *vicīnus* (que, a su vez, proviene de *vicus* y significa “barrio” o “lugar”). El concepto se utiliza para nombrar a aquel que habita con otros en un mismo edificio, barrió o pueblo, aunque en viviendas independientes. Es decir: los integrantes de una familia que viven en una misma casa no son vecinos entre sí, sino que son vecinos de las familias que residen en las viviendas aledañas o cercanas.<sup>21</sup>

### **1.9.1 Historia de la Institución**

Por iniciativa del Gobierno Municipal del Ingeniero Fritz García Gallont, 2004-2008 el consejo Municipal de la Ciudad de Guatemala aprobó el plan de Ordenamiento Territorial para la Organización y Participación Comunitaria, que impulsó la descentralización por medio de la Metodología Participativa, con el objetivo de fortalecer el poder local y la participación ciudadana, y dar los primeros avances en cuestión de descentralización.

En la guía dos del reglamento de ordenamiento territorial, Capítulo I Artículo 3°, se aprobó la creación de la Dirección de Desarrollo Social de la Municipalidad de Guatemala, con el objetivo de promover la participación ciudadana y la organización comunitaria, como herramienta en el análisis, priorización y resolución de los problemas barriales, así como la promoción del desarrollo integral de los vecinos.

---

<sup>21</sup> Plan de Ordenamiento Territorial. Municipalidad de Guatemala. Plan de Desarrollo Metropolitano Guatemala, Septiembre 2007, Pág. 2

Con la creación de la Dirección de Desarrollo Social se fortalecieron las Alcaldías Auxiliares ya existentes con recurso humano y material. En cada Alcaldía se asignó un equipo de trabajo conformado por un coordinador, dos promotores sociales y una secretaria.

En un inicio la Dirección de Desarrollo Social basó su proyección en proyectos de infraestructura, posteriormente se definieron otros ejes de trabajo, siendo estos: Programas Sociales, Programas Culturales y el recientemente creado programa de fortalecimiento a la estructura participativa.

De acuerdo a recientes investigaciones, la distribución inequitativa de la población también se da con la atribución territorial de los lugares de empleo. Mientras los lugares de trabajo, particularmente los del sector terciario, se encuentran concentrados en el Municipio de Guatemala, la residencia de la población de menores ingresos, se concentra en la periferia.

De acuerdo con los últimos datos de movilidad, el 38% de todos los viajes siguen teniendo como destino el distrito central de comercio de la ciudad de Guatemala. La segregación socio espacial de la población y de distribución de los distintos usos del suelo y el crecimiento desordenado en el área metropolitana produce varios efectos, siendo los más importantes:

\*Aumento del costo de los servicios públicos, particularmente agua, alcantarillado y transporte colectivo por la ampliación del área de cobertura de estos servicios.

\*Dependencia en creciente medida, en la provisión de servicios por parte del sector privado (pozos, plantas de tratamiento, necesidad de vehículo propio, etc.), que no siempre son económicamente más eficientes de proveer.



\*Ocupación de áreas de alto riesgo de sismos, deslizamiento e inundaciones para la vivienda, tanto en el sector formal como informal.

\*Fuerte presión sobre el medio ambiente por contaminación de cuencas, disposición de desechos sólidos, erosión del suelo y tala de árboles, producto de la expansión y ocupación desordenada del territorio.

\*Deterioro de la calidad, costo de vida y segregación social familiar de los habitantes.

\*Incremento de la inseguridad ciudadana en aquellos lugares de la ciudad que no tiene vigilancia privada y cerramientos físicos.

Gran parte de los problemas son competencia de la Municipalidad de Guatemala que como otras municipalidades es el ente del estado responsable del gobierno del municipio. Se encarga de proveer y administrar los servicios que necesita la ciudad, teniendo entonces como función importante la planificación, control y evaluación del desarrollo y crecimiento del territorio. La Municipalidad obtiene los recursos necesarios para proveer los servicios y realizar las obras principalmente del pago de arbitrios, como boleto de ornato, impuesto único sobre inmuebles – IUSI- y tasas que se cobran en algunas gestiones o documentos.

Teniendo clara su función, la Municipalidad de Guatemala, toma en cuenta el fundamento legal establecido en la Constitución política de la república de Guatemala y el Código Municipal para promulgar su plan de ordenamiento territorial en el que no solo se contempla la planificación física u la definición de la política municipal para el uso de suelo.

Sino también la formación de una estructura de participación ciudadana, donde el vecino de un barrio, colonia o asentamiento tenga vínculo directo en identificación

y priorización de necesidades y definición y coordinación de acciones que orienten a la solución de problemas inmediatos

Para el efecto la ciudad se dividió en catorce distritos. El Distrito: “Es la instancia de comunicación con las autoridades municipales a través del alcalde auxiliar”, quien es nombrado por el alcalde Metropolitano como su representante.

Cada distrito está dividido por una o dos delegaciones que son la unión de los Comités Únicos de Barrio integrados por presidentes de los comités de colonias o asentamientos. Su representante es el alguacil, quien es electo por los vecinos entre los presidentes de Comité.

Por último, se encuentran los comités únicos de barrio que son el primer nivel de participación del plan de descentralización de la Municipalidad de Guatemala. “Es la unidad básica del funcionamiento de la estructura”. El comité único de barrio elige a su junta directiva. Cada comité hará planes de desarrollo con participación de todos los vecinos del barrio. Su representante es el presidente de comité.<sup>22</sup>

### **1.9.2 Perfil Institucional**

La reestructuración administrativa de la Municipalidad de Guatemala, propone la implementación de la metodología participativa a fin de propiciar el acercamiento de la corporación municipal con los habitantes del municipio, lográndose así la participación organizada de los vecinos en la estructuración, ejecución y evaluación de los proyectos de desarrollo.

Con esta reestructuración se dio fin a la división que prevalecía en los barrios y colonias donde existían más de un comité: comités pro mejoramiento, comités de construcción de drenajes, comités de caminamiento, etc., los que muchas veces

---

<sup>22</sup> Plan de Ordenamiento Territorial. Municipalidad de Guatemala. Plan de Desarrollo Metropolitano Guatemala, Septiembre 2007, Pág. 6

se encontraban en pugna. Aprovechando la creación de la Ley de Descentralización, Consejo de Desarrollo Urbano y rural u las reformas al Código Municipal.<sup>23</sup>

Reglamento de ordenamiento territorial para la organización y participación comunitaria. Este reglamento tiene como fin institucionalizar la organización comunitaria como instancia de participación, en la que la población encuentra alternativas de solución a los problemas de su comunidad, de forma que sea posible canalizar sus expectativas o demandas, así como para lograr el óptimo aprovechamiento de los recursos disponibles en beneficio de la comunidad, constituyéndose la Municipalidad en facilitadora de la resolución de la problemática de sus vecinos y la satisfacción de sus necesidades.

### **División Territorial**

Se divide el territorio municipal con el fin de delimitar la jurisdicción de las organizaciones comunitarias, “se divide en sectores administrativos denominados de acuerdo a su nivel como Barrios, Delegaciones y Distritos.

**\*Barrios:** Constituyen la unidad primaria de la estructura administrativa del municipio, y estarán delimitados especialmente por las áreas urbanas de características homogéneas en la que los vecinos por afinidad de necesidades, aspiraciones, inquietudes e intereses se organicen a través de los CUB para trasladar estas a la instancia superior de participación que son las delegaciones.

**\*Delegación:** Son los diferentes sectores del territorio conformados por Barrios, y delimitados especialmente por el reglamento de ordenamiento territorial para la organización y participación comunitaria. La coordinación de acciones dentro de cada delegación estará a cargo de un alguacil.

---

<sup>23</sup> Municipalidad de Guatemala. Dirección de Desarrollo Social. Metodología Participativa uno. Guatemala, abril 2002. Pág.

**\*Distritos:** Se entiende como los sectores del territorio conformados por delegaciones y delimitados especialmente por el reglamento de ordenamiento territorial para la organización y participación comunitaria. La coordinación de cada distrito estará a cargo de un Alcalde Auxiliar, quien de conformidad a lo establecido en el Código Municipal, actuara como delegado del Gobierno Municipal.

**\*Comités Únicos de Barrio –CUB-** Tienen como objetivo representar a los vecinos y servir como intermediarios ante la asamblea general de presidentes de CUB de la delegación correspondiente.<sup>24</sup>

### **Dirección de Desarrollo Social**

Está integrada por subdirección de asentamientos y la subdirección de las Alcaldías Auxiliares.

Es la Unidad encargada del eje de trabajo social de la Municipalidad de Guatemala. Desarrolla los programas Sociales de redignificación, reinserción, desarrollo del talento artístico y cultural en los barrios, así como el desarrollo económico local.

Busca mantener la cercanía con los vecinos, fomentando la participación ciudadana a través de la estructura y organización comunitaria y la estructura oficial de participación ciudadana a través de los Comités Únicos de Barrio.

Se encarga también de algunas obras de mantenimiento y remozamiento y rehabilitación de barrios.

---

<sup>24</sup> Comité Único de Barrio (CUB) Estos son grupos creados para el bienestar de las colonias o barrios.

Para los efectos de la participación comunitaria, la organización jerárquica queda integrada de la forma siguiente:

- a) Consejo Municipal.
- b) Alcalde Municipal.
- c) Distritos (Alcalde Auxiliar).
- d) Delegaciones (Alguaciles).
- e) Comités Únicos de Barrio –CUB-.
- f) Dirección de Desarrollo Social.

### **Alcaldías Auxiliares**

Las alcaldías auxiliares de la Municipalidad de Guatemala son un vínculo entre los vecinos y el Gobierno Municipal, que busca promover la gestión a los ciudadanos en cuanto a iniciativas destinadas a mejorar la calidad de vida de su zona. En el marco de la estructura de participación ciudadana, la Alcaldía Auxiliar de la zona 18 corresponde al distrito 1 “A” y está dividida en dos delegaciones. La delegación uno, cuenta con 84 Comités Únicos de Barrio y la segunda de 86.

### **Alcaldía Auxiliar Zona 18**

Las funciones de la Alcaldía Auxiliar, son intermediarios entre el vecino y la Municipalidad de Guatemala, consiste en capacitar, asesorar y dar seguimiento a gestiones y trámites hechos por los Comités Únicos de Barrio –CUB-.

Recibe y traslada denuncias hechas por los vecinos, promociona talleres de capacitación para las mujeres y adultos mayores del sector, así como gestionar actividades culturales, recreativas y formativas para jóvenes.

El tipo de ayuda que ofrece al vecino la Alcaldía auxiliar de la zona 18, consiste en un equipo de trabajo dispuesto a atender las necesidades de los vecinos, así como orientarlos para que realicen sus gestiones y trámites en las diferentes dependencias Municipales.

En la Alcaldía Auxiliar de la zona 18, el vecino puede encontrar una organización por medio de los Comités Únicos de Barrio, que cuentan con una estructura participativa y buscan el desarrollo comunitario.

Para atender las gestiones de los vecinos, la Alcaldía Auxiliar funciona como enlace con las demás dependencias Municipales y atiende solicitudes como:

\*Solicitud de cierres de colonias, en coordinación con la Dirección de Desarrollo social, EMETRA y Control Territorial. Solicitud de cierre de calles y/o avenidas por: actividades religiosas, deportivas, culturales y educativas, en coordinación con Desarrollo Social y EMETRA.

\*Solicitud de datos catastrales como Cédula catastral, en coordinación con Desarrollo Social y Dirección de Catastro.

\*Solicitudes de nuevo Alumbrado Público, en coordinación con Desarrollo Social y Empresa Eléctrica.

\*Solicitud de repapeo de calles, se coordina con el Comité Único de Barrio del sector y las direcciones de Desarrollo Social y Obras.

\*Solicitudes de capacitaciones técnicas productivas, se coordina con el Comité Único de Barrio del sector, vecinos, dirección de Desarrollo Social y Oficina Municipal de la Mujer.

\*Construcción de Drenajes Sanitarios y Pluviales, se coordina con Comité Único de Barrio, vecinos, Dirección de Desarrollo Social y EMPAGUA.

En el área de entretenimiento familiar y programas de educación para alumnos de centros educativos, pueden estos avocarse a la Alcaldía Auxiliar para solicitar:

\*Centros educativos de Primaria: Solicitud de visitas al Museo del Niño y participación en el programa municipal Vive tu Ciudad.

\*Centros Educativos de Educación Básica y Diversificado: Solicitud de participación en el programa Vive tu Ciudad o visita a la Planta de tratamiento de Agua "Lo de Coy"

\*Solicitud de árboles y plantas para reforestación y jardinizar áreas verdes.

\*Los vecinos de colonias y barrios a través del CUB, pueden solicitar actividades culturales y de entretenimiento como:

Feria en tu Barrio

Cine en tu Barrio

Orquesta Sinfónica, Coro Juvenil Municipal, Banda Sinfónica

Ballet Folklórico Municipal, Ballet Nacional de Guatemala, Ballet Coactemalan

Ensamble de Marimba y Recorriendo tu Ciudad.

## **1.10 Misión y Visión**

La institución cuenta con Misión y Visión y a continuación se describirán los enfoques con lo que cuenta.

### **1.10.1 La Misión**

Es el motivo, propósito, fin o razón de ser de la existencia de una empresa u organización, porque define lo que pretende cumplir en su entorno o sistema social en el que actúa.

Lo que pretende hacer, y para quien lo va hacer, es influenciada en momentos concretos por algunos elementos como: la historia de la organización, las preferencias de la gerencia y/o de los propietarios, los factores externos o del entorno, los recursos disponibles, y sus capacidades distintivas.

### **Misión de la Institución**

Dar a los vecinos los servicios que necesita.

#### **1.10.2 Visión**

En el mundo empresarial, la visión se define como el camino al cual se dirige la empresa a largo plazo y sirve de rumbo y aliciente para orientar las decisiones estratégicas de crecimiento junto a las de competitividad.

La importancia de la misión y la visión es que antes de que una empresa o institución la implemente vea hacia donde se dirige y hacia dónde quiere llegar, ya que si estos términos no los tiene definidos no sabe lo que quiere y no tiene una dirección exacta de a donde llegara ni cómo ayudar a sus clientes en las necesidades de cada quien para brindarle el mejor de los servicios.<sup>25</sup>

#### **1.10.3 Visión de la Institución**

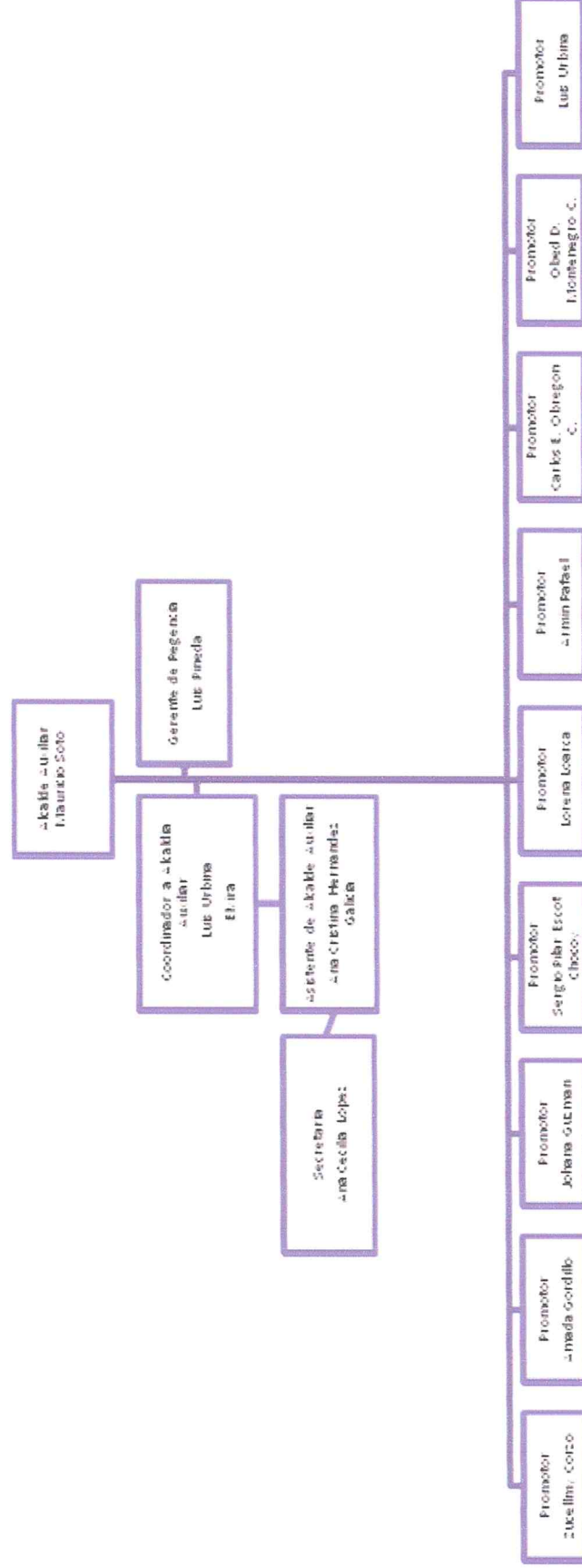
“Crear una Ciudad para Vivir”.

---

<sup>25</sup> Fleimant, Jack. Evaluación Integral. Editorial Mc Graw-Hill, México 1995, pág. 25



### 1.11 Organigrama Institucional



Fuente: Oficina de Comunicación Regencia Norte

## 1.12 FODA

Jack Fleimant (1995) define El FODA “Como una herramienta que permite hacer un diagnóstico rápido de la organización, en términos de los factores internos y externos que benefician o afectan a cualquier institución o negocio.

En lo Externo:

### **Fortalezas:**

“Son todas aquellas actividades que se realizan con un alto grado de eficiencia y que aportan valor a la organización”.

### **Debilidades:**

“Son aquellas actividades que se realizan con bajo grado de eficiencia y por lo tanto representan la parte frágil de la organización”.

Estratégicamente estos factores pueden ser manejados por la organización y por lo tanto lograr que los aspectos débiles sean fortalecidos. Es importante recalcar que las fortalezas y debilidades únicamente pueden visualizarse hacia adentro de la organización, nunca hacia afuera, lo cual hace que dichos factores sean fácilmente manejables y cambiantes.

En lo Externo

### **Oportunidades:**

“Son todos aquellos eventos del medio ambiente externo que de presentarse, facilitaran el logro de los objetivos organizacionales”.

**Amenazas:**

“Son todos aquellos factores externos, que la organización advierte que de presentarse, complicarían o evitarían el logro de los objetivos.

Los factores externos no pueden ser controlados por la organización, debido a que suceden por aspectos ajenos a la misma, pero en determinado momento pueden traer beneficio, tal es el caso de las oportunidades, que permiten alcanzar la misión preestablecida, o por el contrario, las amenazas que en el futuro, podrían afectar los planes de la organización.<sup>26</sup>

El FODA es una herramienta que nos ayuda a saber en qué situación se encuentra la institución que se analizará para realizar este trabajo.

Este FODA se realizó según el análisis durante los meses de febrero a julio del presente año, en el que se llevó a cabo la practica supervisada, en la cual se pudo observar las debilidades y las fortalezas de los promotores así como del departamento de Comunicación y el de Desarrollo Social, departamentos de la Municipalidad en los que se trabajó este informe.

---

<sup>26</sup> Fleimant, Jack. Evaluación Integral. Editorial Mc Graw-Hill, México, 1995, pág. 75

### FODA

<b>Fortalezas</b>	<b>Oportunidades</b>	<b>Debilidades</b>	<b>Amenazas</b>
<p>Personal que está calificado para la realización de los proyectos.                      Respuesta positiva ante retos a nivel profesional.                      Existen colaboradores con sólida formación.                      Disposición de la Alcaldía Auxiliar para prestar un mejor servicio.                      Empatía de los colaboradores hacia la alcaldía.</p>	<p>Interés por parte de los vecinos en colaborar con el equipo de la alcaldía.                      Proyectarse como una institución ágil, eficiente, dinámica, con una oferta actualizada para beneficio de los ciudadanos.                      Brindar a los ciudadanos mejoras para sus colonias, barrios, etc.                      Desarrollar estrategias para conservar y mejorar la relación con los vecinos generando espacios de discusión, reflexión, análisis y difusión en las comunidades.                      Aprovechamiento de la información por parte de los vecinos para agilizar el trámite Para sus gestiones.                      Ampliar la información de los servicios que presta la Alcaldía mediante las Redes Sociales.</p>	<p>Los colaboradores reciben poca información sobre la situación de la organización.                      Mala distribución del trabajo.                      Falta de personal.                      Se necesita más apoyo de parte de las autoridades a los empleados para poder realizar mejor su trabajo.                      Rivalidad entre el personal.                      No tienen una Misión o Visión más estratégica.                      No todas las personas cuentan con internet para informarse de las actividades de la Municipalidad.</p>	<p>Disminución en la demanda de vecinos a ser parte del plan de organización comunitaria.                      Por falta de recursos no se puede llegar a más personas para lograr el objetivo de la institución.</p>

## Capítulo II

### 2.1 Metodología

Napoleón, Chow, define la metodología como la estrategia que se sigue en el estudio de algo. En la investigación, la metodología a seguir se basará en el uso de los métodos y técnicas adecuados al objeto de nuestro estudio para utilizar una adecuada estrategia en el tratamiento del tema o problema.<sup>27</sup>

### 2.2 Tipo de Comunicación

Externa

#### 2.2.1 Comunicación Externa

Los medios de comunicación masiva desempeñan tres tipos de funciones en la sociedad: precautelación del ambiente (material y no material), formulación de políticas y capacitación. Estos coinciden con ciertos requisitos fundamentales del desarrollo en términos de lo que la gente necesita para alcanzarlo. Hay que estar informado sobre los planes, tareas, problemas y realizaciones de la acción para el desarrollo, participar en el proceso de toma de decisiones para el desarrollo, aprender las diversas destrezas que el desarrollo le exige tener.<sup>28</sup>

Lo que se pretende con este tipo de comunicación es ver si las personas están percibiendo bien la forma en las redes sociales que la institución quiere hacer llegar, y con este estudio se observará si lo están realizando bien. Por lo que se sabe la institución si está realizando muchas actividades para el bien de los ciudadanos pero se debe analizar si la gente lo está recibiendo.

---

<sup>27</sup> Napoleón, Chow. "Técnicas de Investigación Social". Costa Rica, 1977. Pág. 9

<sup>28</sup> Seminario sobre Comunicación para el Desarrollo, Ed. Cira. Colombia. 1972. Pág. 20

## **2.3 Tipo de investigación**

### **Cuantitativa**

#### **2.3.1 Investigación Cuantitativa**

Son característicos de las ciencias naturales y exactas, porque buscan resultados numéricos, que permiten establecer estadísticas, porcentajes o variaciones numéricas.

Se utilizará la investigación Cuantitativa porque según las entrevistas que se realicen se tendrán que analizar los datos para poder tener un resultado de la investigación preciso y exacto.

#### **2.3.2 Investigación Cualitativa**

Son propios de las ciencias sociales y humanas, porque se centran no en la cantidad o numérico sino en la calidad: opiniones, experiencias, testimonios, que permitan dar a cuenta de actitudes, comportamientos, hábitos, etc. Sin embargo muchas veces las ciencias sociales o humanas también se valen de métodos cuantitativos, para obtener cantidades, porcentajes o estadísticas.<sup>29</sup>

## **2.4 Instrumentos**

La prueba de instrumentos y procedimientos debe realizarse sobre un conjunto que posea características tan semejantes como sea posible a la población sobre la cual luego ha de realizarse la investigación y en situación más comparable. En alguna ocasión hemos visto ensayar los instrumentos mediante el desempeño de roles realizado por los mismos encuestadores. Unos de los Instrumentos que se utilizaran son: entrevista, encuesta y observación.<sup>30</sup>

---

<sup>29</sup> Campos, José, Comunicación para las organizaciones, Ed. Cosmos, Buenos Aires Argentina, 2002, pág. 81

<sup>30</sup> Ander, Ezequiel, Introducción a las Técnicas de Investigación Social, Ed. Humanitas, Buenos Aires, 1969, pág. 77

### **2.4.1 Observación utilizada**

Se utilizará la observación participante, como se sabe la observación es un diagnóstico de comunicación natural. Se observará cuál es la debilidad de la institución. Con este instrumento, se recopilara la información relacionada con los aspectos externos de la organización evaluada, y será utilizada desde el momento que se decidió evaluar hasta que se recopilo toda la información. Este instrumento enmarca la situación de la comunicación desde el punto de vista externo.<sup>31</sup>

### **2.4.2 Entrevista**

Es un acto de comunicación oral que se establece entre dos o más personas, con el fin de obtener una información o una opinión.<sup>32</sup>

### **2.4.3 Encuesta**

Se entrevistará a gente de la colonia Lavarreda zona 18, que según el censo de la Alcandía Auxiliar de la zona 18 indicaron son 350 familias con 8 integrantes C/U aproximadamente que según la fórmula aplicada arrojó un total de 2,800 personas, por lo que se encuestó a 398 personas para saber el resultado del estudio.

### **2.4.4 Fórmula aplicada a la población**

Se realizó una fórmula en la que se coloca la población con la que se cuenta en la colonia Lavarreda zona 18 y está hace un cálculo en la que nos arroja la cantidad de personas que debemos encuestar.

---

<sup>31</sup> Tamayo y Tamayo, Mario. El Proceso de la Investigación Científica, 4ta. Ed, Ed. Limusa, México, 2003. Pág. 87

<sup>32</sup> Interiano, Carlos, El ABC del Periodismo, Fondo de Cultura, 2da. Edición, 1998. Pag. 54

ESTIMAR UNA PROPORCIÓN	
Total de la población (N) (Si la población es infinita, dejar la casilla en blanco)	2800
Nivel de confianza o seguridad (1-α)	95%
Precisión (d)	5%
Proporción (valor aproximado del parámetro que queremos medir) (Si no tenemos dicha información p=0,5 que maximiza el tamaño muestral)	50%
<b>TAMAÑO MUESTRAL (n)</b>	<b>338</b>
EL TAMAÑO MUESTRAL AJUSTADO A PÉRDIDAS	
Proporción esperada de pérdidas (R)	15%
<b>MUESTRA AJUSTADA A LAS PÉRDIDAS</b>	<b>398</b>

Fuente: Elaboración propia

#### 2.4.5 Descripción de la fórmula

En la casilla de N se pone la población y en la casilla de Muestra ajustada a las perdidas nos sale el total de gente a encuestar.

$$n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 p * q}{d^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$

Para el cálculo de tamaño de muestra cuando el universo es finito, es decir contable y la variable de tipo categórica estos son los valores que se deben de tomar en cuenta:

- N = Total de la población
- $Z_{\alpha}$  = 1.96 al cuadrado (si la seguridad es del 95%)
- p = proporción esperada (en este caso 5% = 0.05)
- q = 1 – p (en este caso 1-0.05 = 0.95)
- d = precisión (en su investigación use un 5%).

$$n = \frac{2,800 * 1.96^2 * 0.05 * 0.95}{0.05^2 * (2,800 - 1) + 1.96^2 * 0.05 * 0.95} = 398$$



## 2.5 Cronograma

MES/DÍA ACTIVIDAD	Enero.2015				Feb. 2015				Mar. 2015				Abril 2015				Mayo 2015			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1. Propedéutico del EPS																				
2. de Febrero empecé Practicas en Mini Muni z. 18 El 18 de febrero lleve primera revisión de Diagnostico con la Lic. Morazán.																				
3. de marzo llevamos primer capítulo del diagnóstico y recibimos charla del Lic. Ochoa. Sigo con las prácticas en la Mini Muni.																				
4. 11 de abril entrega del 2do. Capítulo del diagnóstico.																				
5. Trabajar el Informe y entrega de corrección del segundo capítulo. Inicio de prácticas de 9 a 5 pm.																				

MES/DÍA	Junio.2015				Julio. 2015				Ago. 2015				Sep. 2015				Oct. 2015			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
ACTIVIDAD	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
6. He estado trabajando de 9 a 5 pm estos días y realizando mi informe. La Lic. Morazán nos llevo a supervisar y realice un Taller de Redes sociales																				
7. El día 15 de Julio termine mis practicas en la Municipalidad y hemos estado trabajando con las propuestas y el informe																				
8. Se está llevando a cabo las propuestas y trabajando el informe.																				
9. Entrega de Informe Final																				
10. Examen Público																				
11. Graduación																				

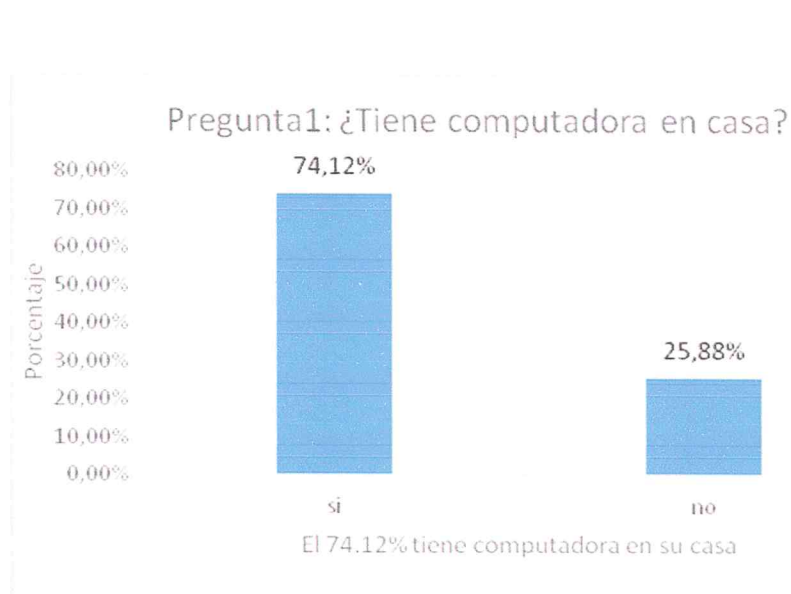
## **2.6 PRESENTACIÓN DE RESULTADOS**

Se hicieron las siguientes preguntas para poder hacer un estudio de lo que estamos tratando de averiguar referente a si se puede utilizar las redes sociales para informar a los vecinos que viven a los alrededores de la Alcaldía Auxiliar zona 18.

Durante el estudio se vio la necesidad de saber el punto de vista de los vecinos de la colonia Lavarreda zona 18, con respecto de cómo ven ellos la comunicación externa a través de las redes sociales.

Fue necesario hacer una encuesta participativa y se realizó en la colonia Lavarreda zona 18, con la ayuda de los vecinos, de todas las edades y género.

## 2.6.1 Gráfica 1

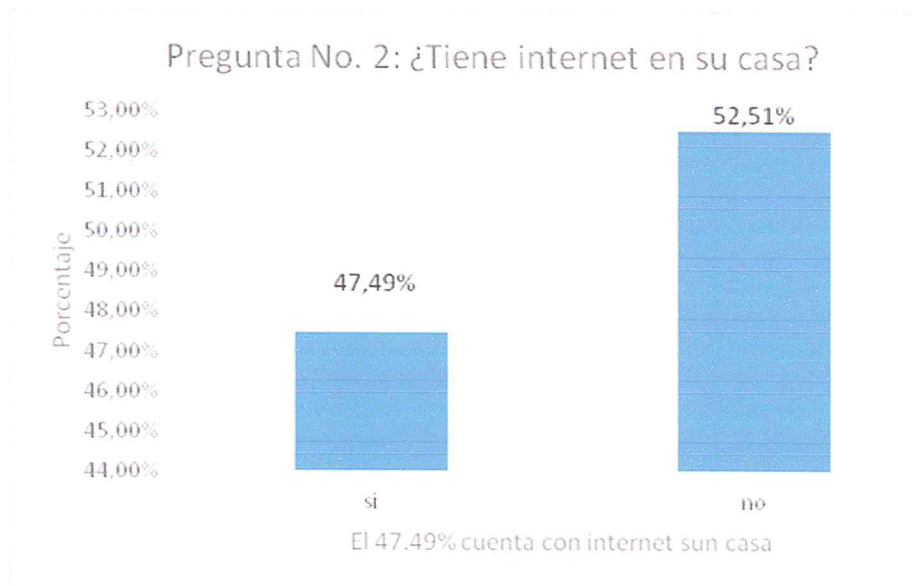


Fuente: Elaboración propia

Respuesta	Total de Personas	%
Si	295	74.12%
No	103	25.88%
Total	398	100%

Se preguntó si las personas tienen computadora en su casa que es de donde se debe partir porque si las personas no tienen, mucho menos sabrá de qué se trata todo lo demás. Como se pudo ver la mayoría tiene computadora, por ese resultado se podrá asumir que las redes sociales son una buena opción para dar a conocer lo que se pretende.

## 2.6.2 Gráfica 2

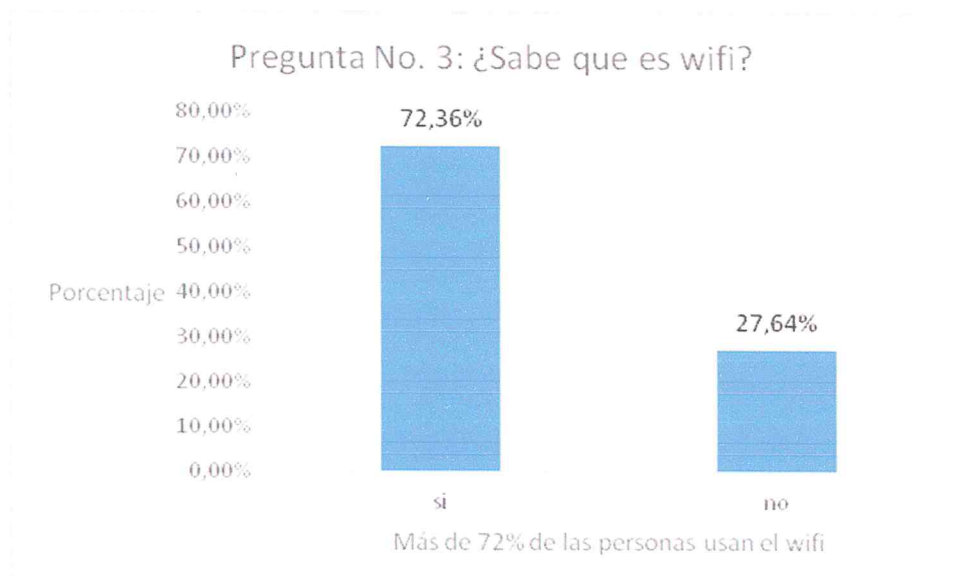


Fuente: Elaboración propia

Respuesta	Total de Personas	%
Si	189	47.49%
No	209	52.51%
Total	398	100%

En la Pregunta dos se ve una situación preocupante debido a que si las personas no tienen internet no se puede cumplir con el cometido y eso si perjudica a los ciudadanos para que puedan enterarse de las actividades que la Municipalidad realiza.

### 2.6.3 Gráfica 3

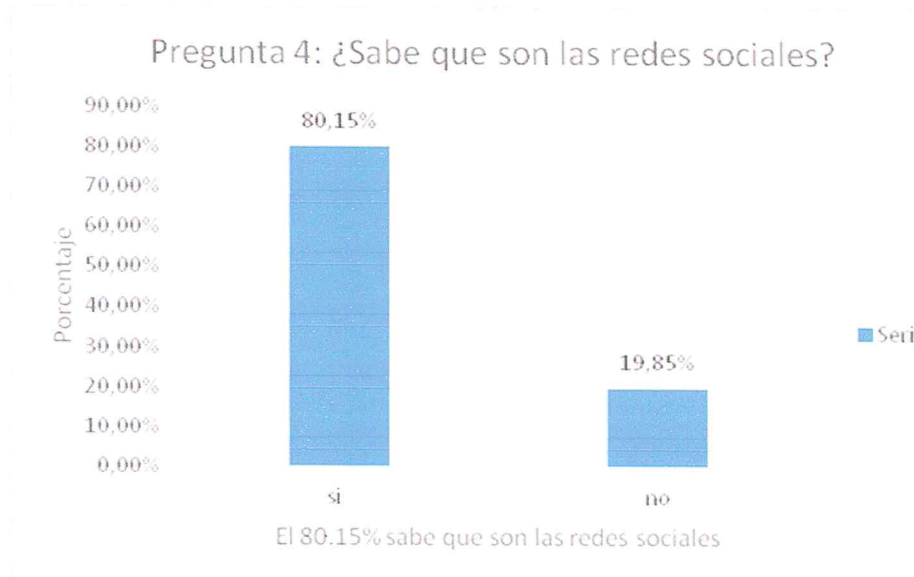


Fuente: Elaboración propia

Respuesta	Total de Personas	%
Si	288	72.36%
No	110	27.64%
Total	398	100%

El que las personas sepan qué es la señal WIFI es una buena noticia, no tienen en su casa pero aprovechan de ese servicio donde lo puedan utilizar y como sabemos en algunos lugares ya es gratis y es lo que apunta para un tiempo no muy lejano, que en la mayoría de comercios y restaurantes sea gratis y así todos puedan utilizarlo. Sólo para teléfonos celulares y tabletas.

#### 2.6.4 Gráfica 4



Fuente: Elaboración propia

Respuesta	Total de Personas	%
Si	319	80.15%
No	79	19.85%
Total	398	100%

En esta pregunta como en la anterior se puede ver que las personas sí están informadas de qué son las redes sociales, el que no puedan pagarla es una cosa y el que estén enterados de que es, es otra. Lo importante aquí es que cuando las personas tienen la oportunidad de contar con internet lo utilizan. Lo que si se pudo verificar es que lo utilizan mucho más los jóvenes.

## 2.6.5 Gráfica 5



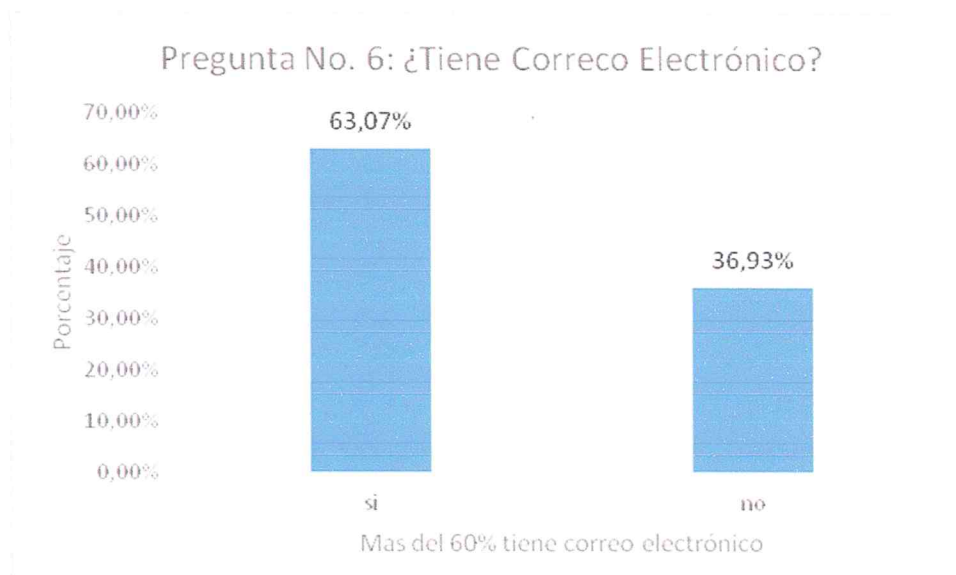
Fuente: Elaboración propia

Respuesta	Total de Personas	%
Facebook	235	59.05%
Whatsapp	95	23.87%
Twitter	68	17.08%
Total	398	100%

En esta pregunta se ve que la mayoría de gente prefiere usar Facebook, seguramente todavía no están enterados de cómo se utilizan las otras dos.



## 2.6.6 Gráfica 6

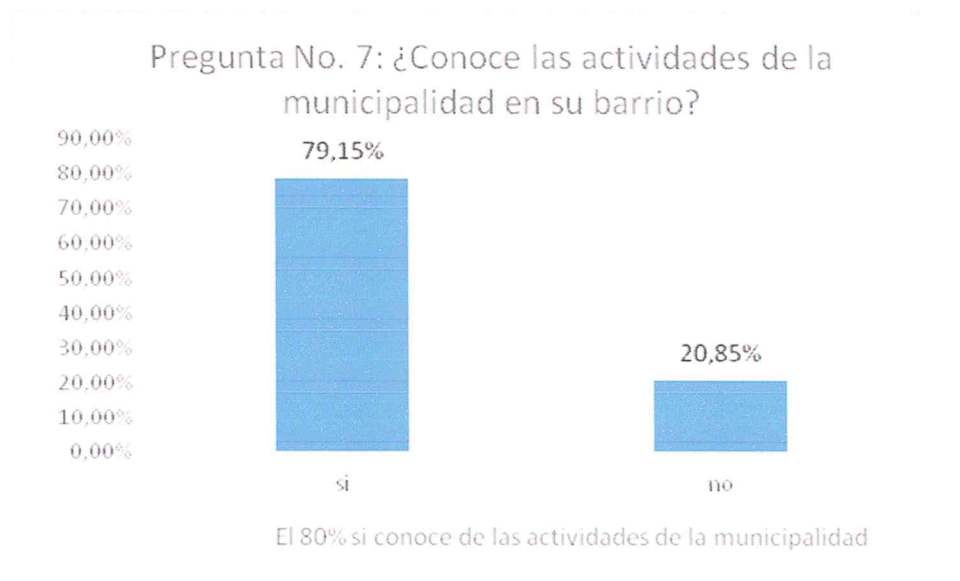


Fuente: Elaboración propia

Respuesta	Total de Personas	%
Si	251	63.07%
No	147	36.93%
Total	398	100%

En esta pregunta vemos que la mayoría de personas utiliza su correo electrónico, eso demuestra que los vecinos utilizan el internet o redes sociales para su vida cotidiana, es por eso que si es de mucha utilidad poder utilizar este medio para que la Municipalidad de a conocer sus actividades.

## 2.6.7 Gráfica 7

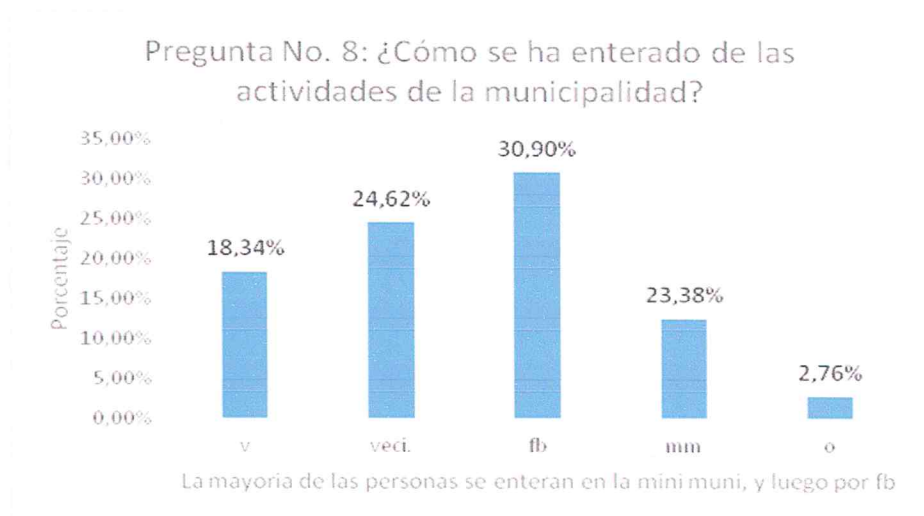


Fuente: Elaboración propia

<b>Respuesta</b>	<b>Total de Personas</b>	<b>%</b>
Si	315	79.15%
No	83	20.85%
<b>Total</b>	<b>398</b>	<b>100%</b>

Es muy importante saber que los vecinos están enterados de las actividades de la Municipalidad, eso arroja que vamos por buen camino, porque uno de los objetivos que se desea promover es llegar a informar a más ciudadanos apoyándose en las Redes Sociales.

## 2.6.8 Gráfica 8



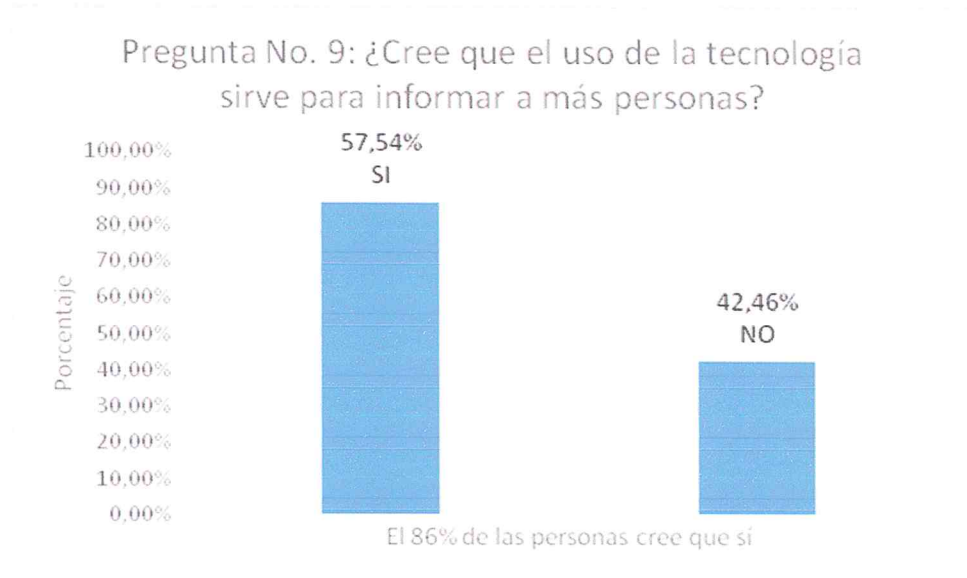
Fuente: Elaboración propia

1	Volantes	3 Facebook	3 Otro
2	Vecinos	4 Mini Muni	

Respuesta	Total de Personas	%
Volantes	73	18.34%
Vecinos	98	24.62%
Facebook	123	30.90%
Mini Muni	93	23.37%
Otro	11	2.77%
Total	398	100%

El resultado de esta pregunta da a conocer que los vecinos sí están utilizando las redes sociales para informarse de las actividades de la Alcaldía Auxiliar, es cuestión de tiempo para que se logre más afluencia a este medio y así poder aprovecharlo al máximo para beneficio de los ciudadanos.

**2.6.9 Gráfica 9**

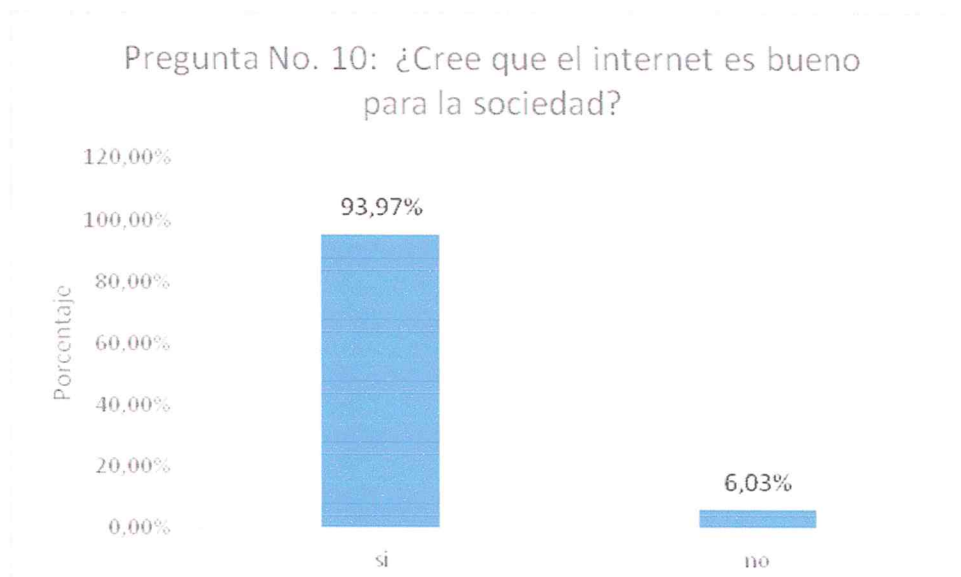


Fuente: Elaboración propia

Respuesta	Total de Personas	%
Si	229	57.54%
No	169	42.46%
Total	398	100%

En esta pregunta se ve que la gente sabe que la tecnología es mejor, pero a veces dudan en usarla seguramente por el costo y prefieren seguirse informando por carteles, que se pegan en las Alcaldías Auxiliares. Esta pregunta nos indica que todos los medios para informar son buenos pero el medio que le interesa a la Alcaldía va por buen camino, y se logrará aprovechar mejor cuando sea un poco más accesible el servicio de internet.

## 2.6.10 Gráfica 10



Fuente: Elaboración propia

Respuesta	Total de Personas	%
Si	374	93.97%
No	24	6.03%
Total	398	100%

En esta pregunta vemos que, especialmente la gente mayor, saben que el internet es necesario pero hicieron mucho énfasis en que hay que saberlo utilizar.

#### **4.5 Conclusiones de la investigación**

Se llegó a la conclusión que no se está llegando al público objetivo debido a que según la forma como lo quieren hacer llegar, es por medio de las Redes Sociales, la investigación arrojó según las encuestas realizadas, que el 52.51% no cuenta con Internet o no saben qué son las redes sociales y es por eso que no se puede cumplir el cometido.

Se debe hacer publicidad por otra vía como la escrita y pegar información, como carteles o mantas en lugares estratégicos para poder hacer llegar a más personas la información que se requiere. Son muchas las actividades de la Municipalidad y de beneficio de los vecinos, que es necesario poder informarlo para que sea aprovechado este recurso, ya que por falta de información podrían ser hasta cancelados los beneficios, ya que si la gente no participa pretenderán que no llegan porque no les interesa.

## Capítulo III

### Propuesta de Comunicación

#### 3.1 Plan de Comunicación

El plan de comunicación contiene las pautas de la estrategia de comunicación de una empresa u organización. Todo plan de comunicación requiere si se carece de un plan estratégico donde se haya contemplado las relaciones internas y externas de la entidad. El Plan de Comunicación debe diseñarse teniendo en cuenta toda la problemática de la entidad y de acuerdo con su dimensión y sus características.

Se trata de una herramienta de trabajo, contemplada para ser rentable y eficaz. A ser posible debe de ser aprobado por la mayor parte de los cuadros directivos de la empresa y conviene que a su vez cada uno de los directivos haya contrastado con sus colaboradores los aspectos del plan que les pueda afectar.<sup>33</sup>

#### 3.2 Objetivos de la propuesta

##### General

Proponer un plan de comunicación eficaz para la Alcaldía Auxiliar zona 18, de la Municipalidad de Guatemala, de acuerdo con las características de los vecinos tanto de edad como condiciones socioeconómicas, con el fin de que la información llegue a más personas, a través de redes sociales o por otros medios más eficaces.

##### Específicos

\*Detectar las necesidades comunicacionales de las Redes Sociales de la Alcaldía Auxiliar Distrito zona 18, a través una investigación, para poder informar mejor a los vecinos de los proyectos de la Municipalidad.

\*Investigar los procedimientos de comunicación en Redes Sociales de la Alcaldía Auxiliar.

---

<sup>33</sup> Montaña, Jordi El diseño en la empresa, Casos de Éxito II, Ed. Adcv, pág. 99

\*Definir la comunicación para las Redes Sociales y así lograr una mejor participación de los vecinos así como la información que se les quiere transmitir.

**3.3 Mensaje Clave:** Promover las redes sociales para involucrar a los vecinos en las actividades.

**3.4 Público Objetivo:** A los vecinos de la Colonia Lavarreda

**3.5 Descripción de las propuestas**

Lo que se desea con estas propuestas es que la gente visite más la página de *Facebook* así como la página “*Web*” de la Municipalidad.

**3.5.1** Colocar una cabina que sea referente al tema cuando se realizan las actividades de Cine en tu Barrio, Feria en tu Barrio, Orquesta Sinfónica, que la gente entre a tomarse fotos y luego si quiere la foto que sea subida a “*Facebook*” para que se la manden.

Si la persona no tiene su página habilitada se tiene que contar con Tabletillas incluso teléfono que tenga internet para poder crearles correo electrónico y posteriormente su cuenta de “*Facebook*” y así consiguen los likes, que es lo que se busca.

**3.5.2** Hacer un escenario temático por ejemplo para semana santa se hicieron varias ferias con el tema del verano, se puede poner a una señorita que se vista de Sirenita y que lo niños se tomen la foto con ella y luego se la agregan por *Facebook* y la misma temática con Tabletillas en mano para crearles su página a quien no la tenga.



**3.5.3** Ofrecer capacitaciones gratis a los vecinos y decir que la persona ganadora saldrá publicada en la página del “*Facebook*” y así se logra que la gente las visite. Igual alguien dice que no tiene se le cree en ese momento.

#### **3.5.4** Cine 3D en butacas especiales

Promocionar que las personas que consigan más “*likes*” podrán ganarse estar en este Cine 3D. Esta actividad se puede incluir en las actividades de Cine en tu Barrio y en las otras, se puede realizar conjuntamente. En este cine caben 32 personas y los contactamos en Movie 3D tel. 2230-2439.

**3.5.5** En la página de “*Facebook*” que aparezcan todos los días Trivias, Pensamientos Motivacionales, y sobre todo el tránsito vehicular cada media hora mínimo, para que la gente tenga un motivo más para estar consultando la página, si se informa del tránsito vehicular se tendrá mucha más afluencia de la gente debido a lo anterior. Sólo de la zona 18.

Se sabe que Amílcar Montejó que es el encargado de Emetra de reportar el tránsito vehicular lo hace pero cada cierto tiempo y cubre todas las zonas de la capital y cuando se necesita saber cómo va la situación del tránsito vehicular por no actualizarlo cada cierto tiempo ya no se enteran de la información necesaria y actual.

**3.5.6** Crear y capacitar a los integrantes de los curso técnico productivos su cuenta en “*Whatsapp*” y así se puedan comunicar todas las dudas o información necesaria referente al curso que están realizando.

**3.5.7** Realizar capacitación de la utilización de las redes sociales a las personas de los cursos técnicos productivos.

**3.5.8** Hacer afiches para informar a la gente como encuentra en “*Facebook*”, “*Twitter*”, etc., la Alcaldía Auxiliar.

### **3.6 Justificación de la Propuesta**

Lo que se quiere lograr con esta propuesta es tratar de incrementar la visita de más personas a la página de internet de la Municipalidad con el objetivo de que se informen de la obra que se está llevando a cabo y de las actividades que realiza la misma.

### **3.7 Estrategia para su Implementación**

Según el grupo objetivo a quien quiere dirigirse y según las investigaciones ver a quienes van a poder llegar con la información que quieren dar a conocer, porque según los datos que arrojó el informe realizado podrán darse cuenta de cuan efectiva va a ser utilizar las Redes Sociales.

Una de las estrategias es encuestar a las personas y darse cuenta a que gente se va a poder comunicar lo que deseamos y a quienes van a poder llegar. Pero lo bueno de todo lo que se quiere lograr es sacarle provecho a las Redes Sociales así que tienen que estar optimistas porque cada día más gente está utilizando la tecnología para poder informarse.

### 3.8 Presupuesto

No	Actividad	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
1	Escenario Portátil	1	Q.3,000.00	Q.3,000.00
2	Capacitación de Redes Sociales	2	Q. 500.00	Q.1,000.00
3	Persona encargada de Redes Sociales	1	Q.3,000.00	Q.3,000.00
4	Afiches	500	Q.200.00	Q.200.00
5	Butacas 3 D	1	Q.30,000.00	Q30,000.00

### 3.9 Cronograma de ejecución

Actividades	Meses (Semanas)														
	Mayo			Junio			Julio			Agosto			Sep.		
Visualización de Propuestas	■	■	■												
Visita a los lugares a donde se llevara a cabo las propuestas				■	■	■									
Llevar a cabo algunas de las propuestas							■	■	■						
La institución verá si lleva a cabo todas las propuestas sugeridas e implementarias.										■	■	■			
Se llevaron a cabo algunas propuestas													■	■	■

## Capítulo IV Control y Seguimiento

### 4.1 Ejecución de Propuestas (artes finales)

#### 4.1.1 Ejecución 1: Taller de Redes Sociales

Taller de Redes sociales a las personas que asisten a la Casa de la Mujer de la Col. Maya zona 18.



Impartiendo la Capacitación a las señoras



Impartiendo la capacitación a las señoras

#### 4.1.2 Charla de Cómo utilizar las Redes Sociales

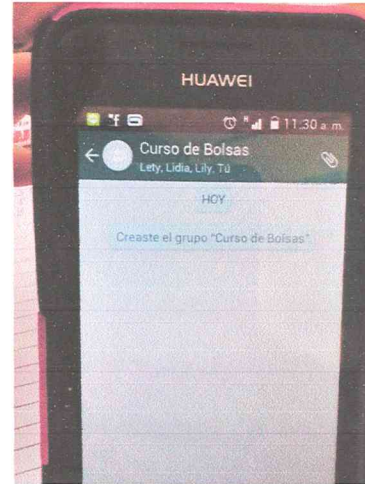
Con jóvenes de Colegios de la zona 18.



Platicando con los jóvenes de las Redes Sociales

#### 4.1.3 Ejecución 2: Creación de Grupo de “Whatsapp”

Se creó grupo a las señoras del Curso de Bolsas



Creándoles a las señoras del curso de Bolsas su grupo en “Whatsapp”

#### 4.1.4 Creación de Grupo de “Whatsapp”

Se creó grupo a las señoras del Curso de Manualidades



Creándoles a las señoras del Curso de Manualidades su grupo en Whatsapp

#### 4.1.5 Creación de Afiches para informar de las redes sociales

Se colocaron afiches informativos en la Alcaldía Auxiliar Zona 18 y en sedes de la zona 18



Colocando el afiche informativo en la Alcaldía Auxiliar zona 18



Colocando el afiche informativo en la Alcaldía Auxiliar zona 18



Colocando el Afiche informativo en el Centro de Capacitaciones zona 18

## **4.2 Descripción de materiales utilizados**

### **4.2.1 Descripción 1: Taller de Redes Sociales**

Se citó a las personas para que llegaran a la charla sobre Redes Sociales, una mañana empezando a las 9:00 a.m. y terminando a las 11:00 a.m. Se invitó a dos Licenciadas más para que expusieran sus conocimientos del tema, utilizando cañonera, computadora para poder presentarles la exposición con dibujos para la gente que no puede leer.

También se realizó otra charla de Redes Sociales a Jóvenes de colegios de la zona 18 en la base militar Mariscal Zavala, en esta actividad no se pudo pasar presentación porque fué al aire libre. Lo que se pretende con esta actividad es que las personas que si han oído hablar de las Redes Sociales la puedan aplicar en sus teléfonos y los pasos desde cómo se descarga en internet hasta como debe ser utilizado.

Se sugiere que se realicen estas charlas y conferencias cada mes para que cada vez más personas estén actualizadas en el uso de la tecnología y esto ayude a la Municipalidad a poder lograr su objetivo, que es que las personas estén informadas de todas las actividades que se realiza para bien de los ciudadanos.

### **4.2.2 Descripción 2: Creación de Grupo de “Whatsapp”**

Con el fin de que las señoras de los cursos técnico productivos de hechura de bolsas y de Manualidades estén comunicadas y para agilizar más el curso se creó un grupo de “Whatsapp” entre ellas, se les tuvo que instalar a unas en su teléfono la aplicación, así como darles una charla sobre el uso de esa aplicación de la redes sociales.



En el segundo grupo se pudo ver que casi todas ya usan esa aplicación, ya solo era de crearles su grupo para su comunicación interna. Siempre se les dió su plática para aprovechar un mejor uso. Se recomienda que se les cree este grupo en las redes sociales a todas las personas que llegan a sus capacitaciones cada año cuando empiezan las mismas.

#### **4.2.3 Descripción 3: Afiches Informativos**

Se realizaron afiches informativos a cerca de las redes sociales, para que la gente que visita las sedes de la Alcaldía Auxiliar las vea y las utilice para saber de las diferentes formas en que encuentra la información de las actividades de la Municipalidad. Se mandaron a hacer 500 afiches y se repartieron a los promotores para que los peguen en todas las sedes que se tiene de la Municipalidad alrededor de la zona 18.

Se deberá tratar de mandar a hacer estos afiches periódicamente para que cuando por razones climáticas los afiches se arruinen tengan más y así pegarlos para la mejor información de los ciudadanos.

## **Conclusiones Finales**

Se pudo constatar que la municipalidad realiza obras de importancia y llega a todos los rincones de la ciudad, el personal recorre sus sectores y atienden las necesidades de la capital.

De acuerdo a la información obtenida la mayoría de los vecinos conoce poco del trabajo de la municipalidad, por lo que se requiere de mayor difusión de los trabajos y obras que se realizan. El personal aunque es calificado y con disposición, se debe tener un plan de capacitación en temas de carácter social que atiende la municipalidad.

La visión y misión debe ser estratégica de acuerdo a las actividades que realiza la municipalidad y a la difusión e información de los mismos que se le debe dar al vecino. La municipalidad realiza actividades, recreativas, de salud, de educación de cultura, las cuales son conocidas por muy pocas personas, necesitan mayor publicidad y promoción.

Las redes sociales son un buen medio de comunicación, aunque en el sector no todas las personas cuentan con acceso, por lo que es importante utilizar varios medios para informar.

En la Mini Muni de los Alamos se debiera capacitar al personal en relaciones públicas para que los empleados sean más seguros de sí mismos y de sus capacidades profesionales y así no estar compitiendo entre ellos, ya que esto genera malestar no solo con los empleados sino con el servicio que prestan, así como a las personas que llegan de visita a la misma.

## **Recomendaciones Generales**

La supervisión y el apoyo, que realizó la supervisora a los estudiantes del EPS, fué muy importante para la realización y el éxito de la misma, ya que están mandando a los practicantes a hacer diagnósticos y estrategias y es por eso que se recomienda que se sigan estos lineamientos para que los estudiantes puedan llegar bien capacitados a la culminación de su carrera.

Así mismo la oportunidad que se brindó para que los estudiantes realizaran su EPS en sus lugares de trabajo, es una de las ideas más profesionales que se pudieron implementar para que todos los estudiantes que en algún momento no pudieron graduarse por esa situación ahora si lo puedan hacer y ese beneficio no solo es para ellos sino para el país en general ya que habrán más profesionales y así lograr la Guatemala que se desea.

Ojala y les sea posible seguir con esta dinámica que está ayudando mucho a las personas que por una u otra razón han dejado de lado el tema de su graduación y muchas veces no ha sido porque ellos quieran sino porque con tanto pero que les dieron lo dejaron abandonado.

A la Municipalidad de Guatemala les exhorto que sigan con la obra que hasta ahora están realizando porque aunque no lo crean hay mucha gente que está muy contenta de recibir los servicios y beneficios que les brindan, ojala que sigan así y con más actividades para la ciudadanía.

## **Bibliografía**

Ander, Ezequiel, Introducción a las Técnicas de Investigación Social, Ed. Humanitas, Buenos Aires, 1969, pág. 77

Campos, José, Comunicación para las organizaciones, Ed. Cosmos, Buenos Aires Argentina, 2002, pág. 102

Cea, Ancona, Estrategias y Técnicas de Investigación, Madrid, 1998

Comité Único de Barrio (CUB)

Fleimant, Jack. Evaluación Integral. Editorial Mc Graw-Hill, México 1995, Pág. 104

Grillo, María del Carmen y Patrio Nigro. "Las palabras de la Lengua". Editorial Magisterio de Rio de la Plata. Argentina, 2000, Pág. 205

Horcas Villareal, J.M.: Lenguaje y Comunicación, en Contribuciones a las Ciencias Sociales, marzo 2009, Pág. 209

Interiano, Carlos, El ABC del Periodismo, Fondo de Cultura, 2da. Edición, 1998

Leal Jiménez, Antonio. Gestión del Marketing. Editorial Mc Graw-Hill (s/f)

Maldonado Willman, Héctor, Manual de Comunicación Oral, Adisson Wesley Logman, México, 1998, pág. 196.

Mendizábal, Rodrigo, Métodos y Técnicas de Investigación Social (s/f)

Montaña, Jordi El diseño en la empresa, Casos de Éxito II, Ed. Adcv, pág. 99 (s/f)

Municipalidad de Guatemala. Dirección de Desarrollo Social. Metodología Participativa uno. Guatemala, abril 2002. Pág. 1

Napoleón, Ch Plan de Ordenamiento Territorial. Municipalidad de Guatemala.

Pérez, Soler, Estrategia de comunicación en publicidad y Relaciones públicas, Ed. Gestión (s/f), Pág. 169

Plan de Desarrollo Metropolitano Guatemala, Septiembre 2007, Pág. 2 . "Técnicas de Investigación Social". Costa Rica, 1977. Pág. 260

Plan de Ordenamiento Territorial. Municipalidad de Guatemala. Plan de Desarrollo Metropolitano Guatemala, Septiembre 2007, Pág. 2

Ponce Reyes, Agustín, Administración Moderna, 1998, Pág. 306

Postic, M, de Ketele J.M: Observar las Situaciones Educativas, Narcea, Paris, 1988, Pág. 135

Sanchez Parga, J: La Observación, La memoria y la palabra en investigación social. Postic, de Ketele: Ob Cit, 1988, pág. 18

Seminario sobre Comunicación para el Desarrollo, Colombia 1972, Cira

Sistemas Sociales, Matriz de la Comunicación. Capítulo II Comunicación. Editorial el Ateneo. 1991. México, Pág. 98

Tamayo y Tamayo, Mario, El proceso de la investigación científica, fundamentos de investigación, Ed. Limusa, S.A., México 1981, pág. 100

Tamayo y Tamayo, Mario. El Proceso de la Investigación Científica, 4ta. Ed, Ed. Limusa, México, 2003

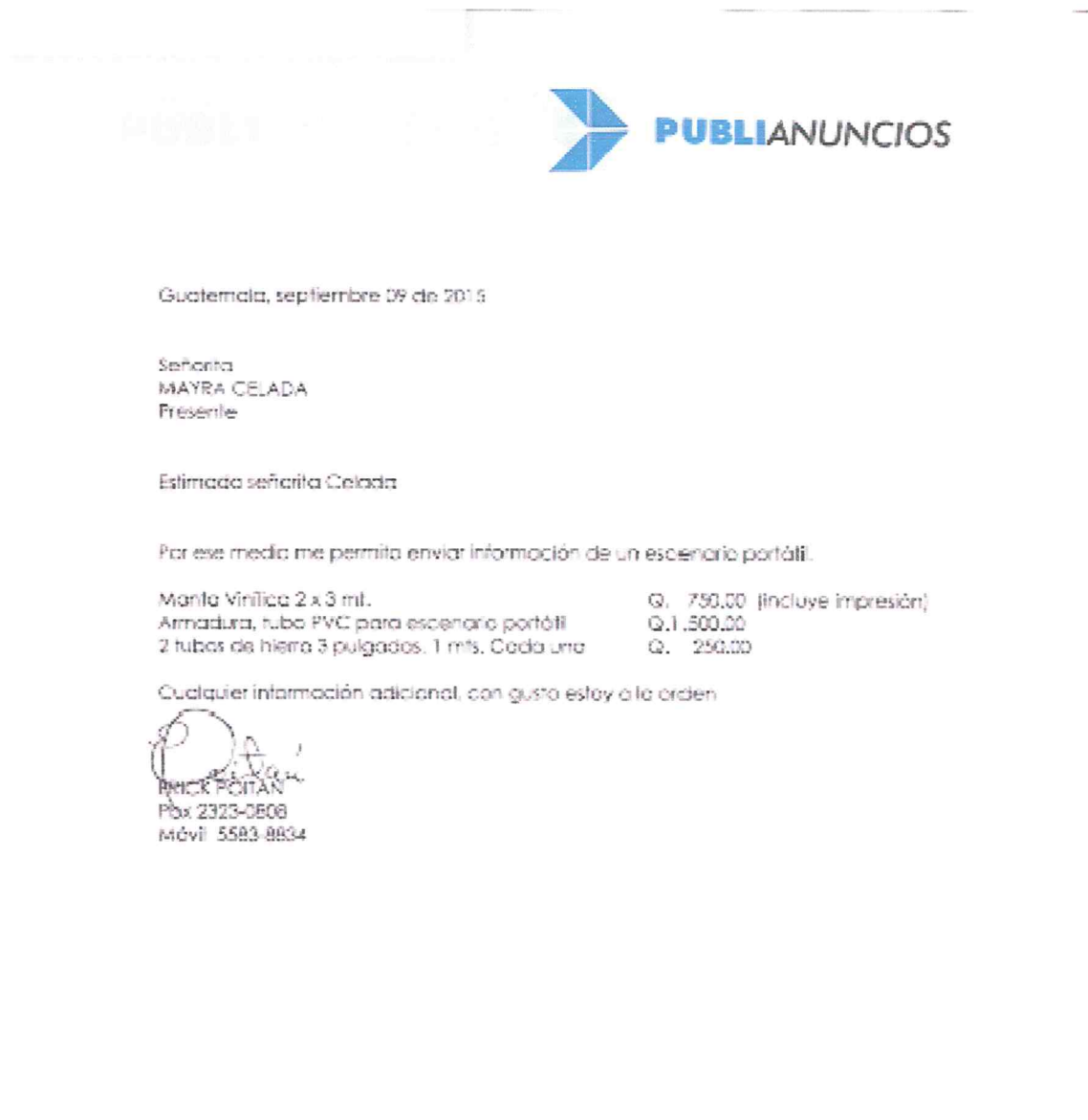
Velásquez, Carlos Augusto, "Comunicación Semiología del Mensaje Oculto", 7ma. Edición, Guatemala, 2008, Eco Ediciones, pág. 14

## E – grafías

- 1) [www.definicionde/diagnostico/](http://www.definicionde/diagnostico/) Lunes 2 de marzo 2015 3:47 p.m.
- 2) [www.definicionabc.com/social/red-social.php](http://www.definicionabc.com/social/red-social.php). Redes Sociales 17 de febrero 2015. 8:50 p.m.
- 3) [www.iprofesional.com/notas/192253-laincreible-historia-del-hombre-que-cre-ce-twitter-y-lo-vendi-por-us7000](http://www.iprofesional.com/notas/192253-laincreible-historia-del-hombre-que-cre-ce-twitter-y-lo-vendi-por-us7000), *Twitter* lunes 2 de marzo 2015. 4:24 p.m.
- 4) [www.eitb.eus/es/noticia/tecnologia/detalle/1961318/facebook-aniversario-cuando-nacio-quien-lo-creo/](http://www.eitb.eus/es/noticia/tecnologia/detalle/1961318/facebook-aniversario-cuando-nacio-quien-lo-creo/), 17 de febrero 2015 2:00 p.m.
- 5) [www.significados.com/whatsapp/](http://www.significados.com/whatsapp/) lunes 2 de marzo. 4:24 p.m.
- 6) [www.conexionesbrando.com/1463776](http://www.conexionesbrando.com/1463776) *Instagram* lunes 2 de marzo 2015. 4:05 p.m.
- 7) [www.slideshare.com/mizheliitaramirez/leccion-4](http://www.slideshare.com/mizheliitaramirez/leccion-4) Proceso de la Observación.16 de febrero 2015. 8:45 p.m.

## Anexos

### Cotizaciones



Esta cotización es para mandar hacer el escenario temático que sugerimos a la Municipalidad.



# Impresos Monzon

3a. Avenida 6-39 Zona 9 Colonia Satélite Mixco

## COTIZACION

Celular: 5954 - 8999

Guatemala 20 de Agosto de 2,014

<b>EMPRESA:</b>		<b>NIT:</b>	<b>ATENCION:</b> Mayra Celada
<b>DIRECCION:</b> Guatemala		<b>TEL.:</b>	
CANTIDAD	DESCRIPCION	TOTAL	
1	Esenario para toma de fotos portatil elaborado con materiales PVC de 3" de diametro y una manta vinilica de 3.5 metros de largo X 2.00 metros de alto impresa a full color.	Q. 3,000.00	
		<b>TOTAL</b>	
<b>OBSERVACIONES:</b>		<b>NOTA:</b> Por favor le solicitamos el 50% de anticipo al autorizar la orden y el otro 50% restante al momento de recibir su mercaderia.	

Fecha autorizada la orden	dia	mes	año

Nilmo Monzon  
Nombre del Representante

\_\_\_\_\_  
Firma del Cliente

Esta cotización es para mandar hacer el escenario temático que sugerimos a la Municipalidad.



## Entrevista a funcionarios de la Institución

Nombre completo: Lic. Alis Barrios

Puesto que ocupa: Jefe de Desarrollo Social

- 1) ¿Cómo cree usted que se maneja el clima organizacional?  
Un gran porcentaje lo recibe ella y lo ve controlado por parte del regente y se respeta mucho porque él se involucra mucho y todo lo autoriza y se trabaja y se ejecuta.
- 2) ¿Considera usted que dentro de ese clima organizacional se produce apatía? En su equipo ella ve que no hay pero solo en su equipo. Porque ella se ha preocupado en atenderlos.
- 3) ¿Por qué cree usted que se pueda dar esta situación?  
Ahora se han ordenado en grupos y tienen sus promotores y coordinadores y están tratando que no deba darse alguna situación de apatía. Por la organización que han tenido se ve ahora.
- 4) ¿Qué mejoras diría usted se pueden hacer para poder cambiar este ambiente? Por el compromiso que se han tenido le dan más seguimiento e interesados para dar los resultados. Se han organizado mejor para sacar adelante el trabajo pero organizados.
- 5) ¿Cómo cree usted que se puede motivar al personal para que trabaje mejor y más motivada? Estimulándolos y regañarlos en privado y la forma como se hace y decirlo ser mas gentes en decirlos y hacer las reuniones semanales. Se reúne con los coordinadoras para que ellas lo hagan bien y de eso se tiene desde enero se ha estado implementando viene de poco tiempo atrás.
- 6) ¿Dentro de las herramientas de comunicación cree usted que las redes sociales son un buen canal informativo? Si funciona
- 7) ¿Cree usted que usando las redes sociales se tendría mejores resultados en el área de comunicación? Si
- 8) ¿Qué redes sociales utiliza usted? Si utiliza whatsapp usa más Facebook poco.
- 9) ¿En cuanto a su experiencia en el tiempo que lleva en la institución como considera usted que ha funcionado este canal? Si
- 10) ¿Cuáles serían los cambios que usted haría para mejorarla? Cartelera cultural quisiera que la pongan exhibiéndose allí. Porque es caro tener las redes.



UNIVERSIDAD SAN CARLOS DE GUATEMALA

Escuela de Ciencias de la Comunicación

Proyecto de EPS

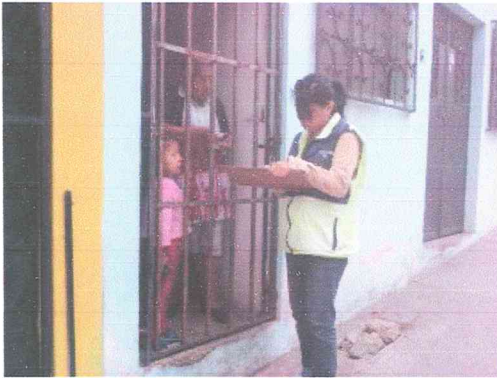
Licenciatura en Ciencias de la Comunicación

## ENCUESTA

Toda la información que usted proporcione será valiosa y confidencial, se utilizará únicamente para obtener datos estadísticos para fines investigativos.

Instrucciones: marque con una X la respuesta que considere adecuada

- 1) ¿Tiene Computadora en su casa?  
SI                                 NO
- 2) ¿Tiene Internet en su casa?  
SI                                 NO
- 3) ¿Sabe usted que es la señal WI FI?  
SI                                 NO
- 4) ¿Sabe usted que son Redes Sociales?  
SI                                 NO
- 5) ¿Con que Red Social cuenta usted?  
Facebook\_\_\_\_\_ Whatsapp\_\_\_\_\_ Twitter\_\_\_\_\_
- 6) ¿Tiene usted Correo Electrónico?  
SI                                 NO
- 7) ¿Sabe usted que La Municipalidad realiza actividades para su barrio?  
SI                                 NO
- 8) ¿Por cuál medio se entera usted de las actividades de la Muni?  
Volante\_\_\_\_\_ Le cuentan sus vecinos\_\_\_\_\_ Facebook\_\_\_\_\_
- Se entera en la Mini Muni\_\_\_\_\_ Otro\_\_\_\_\_
- 9) ¿Cree usted que utilizar la tecnología para informar se llega a más gente o prefiere la forma que se utilizaba antes, como volantes o carteles  
Tecnología\_\_\_\_\_                                 Forma de Antes\_\_\_\_\_
- 10) ¿Cree usted que el Internet es bueno para la sociedad?  
SI                                 NO



En esta foto estamos pasando la encuesta realizada en la colonia Lavarreda zona 18



Esta foto la tomamos el día que llegó la supervisora al lugar de mis prácticas.



En esta foto estamos colocando con los promotores de la Alcaldía Auxiliar, alumbrado público.



En esta foto estamos con mi compañera de las prácticas subidas en un camión de la Municipalidad que realiza recapeo.



En esta foto estoy formando parte del jurado calificador de una actividad de los cursos de Belleza.



En esta foto estoy compartiendo con unos compañeros de la Municipalidad en uno de los recorridos que se le da a los adultos mayores por los museos de la ciudad.