


UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO

The seal of the University of San Carlos of Guatemala is a circular emblem. It features a central shield with a blue background, depicting a figure holding a staff and a cross. The shield is surrounded by a green base representing mountains. The outer ring of the seal contains the Latin motto "SICUT ERAS QVIBIS CONSPICVA CAROLINA ACADEMIA COMITATV QVATEMALENSIS INTER" in a circular arrangement.

**“FORTALECIMIENTO DE LA COMUNICACIÓN INTERNA EN LA
DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA MUNICIPALIDAD
DE GUATEMALA”**

DELMY LISSETE PALMA RAMÍREZ

Licenciada en Ciencias de la Comunicación

Guatemala, Noviembre de 2015

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO

**“FORTALECIMIENTO DE LA COMUNICACIÓN INTERNA EN LA DIRECCIÓN DE
COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA MUNICIPALIDAD DE GUATEMALA”**

Informe Final del Ejercicio Profesional Supervisado –EPS- Licenciatura

Presentado al Honorable Consejo Directivo por:

DELMY LISSETE PALMA RAMÍREZ

Previo a optar el título de:

Licenciada en Ciencias de la Comunicación

Guatemala, Noviembre de 2015

Consejo Directivo

Director

Lic. Julio Moreno Sebastián

Secretaria Administrativa

M.A. Claudia Molina

Representantes Docentes

M.A. Amanda Ballina Talento

Lic. Víctor Carillas Brán

Representante de Egresados

Lic. Michael González Bátres

Representantes Estudiantiles

Pub. Joseph Mena

Pub. Carlos León

Coordinador de EPS

Lic. Luis Pedroza Gaytán

Supervisora de EPS

Licda. Floralba Pérez Folgar



La ciudad es
como
TÚ

Dirección de Comunicación Social
Municipalidad de Guatemala

Oficio DCS125-2015
Guatemala, 28 de septiembre de 2015

Licenciado
Luis Pedroza
Coordinador
Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Universidad de San Carlos de Guatemala

Estimado Licenciado Pedroza:

Reciba un cordial saludo de la Dirección de Comunicación Social de la Municipalidad de Guatemala, esperando que sus actividades se desarrollen con éxito.

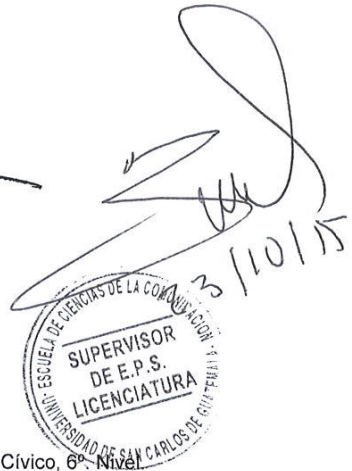
Por medio de la presente, hacemos constar que Delmy Lisete Palma Ramírez, quién se identifica con DPI 1711 62544 2205 y número de carné 199910493 de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, de la Universidad de San Carlos de Guatemala; como requisito y, previo a obtener el título de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación; realizó el Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura en esta entidad, específicamente en la Dirección de Comunicación Social, cumpliendo con 300 horas efectivas de práctica, que comprendió del 04 de mayo al 17 de julio del año en curso.

Realizando durante el tiempo estipulado actividades en base al proyecto "Fortalecimiento de la Comunicación Interna en la Dirección de Comunicación Social de la Municipalidad de Guatemala", todo con el material comunicacional respectivo debidamente entregado y recibido por la Municipalidad de Guatemala. Por lo cual manifestamos entera satisfacción respecto al trabajo del epesista.

En tal virtud, extendemos la presente CONSTANCIA DE FINALIZACIÓN DE PROYECTO DE EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO DE LICENCIATURA.

Atentamente,

Rafael Paiz Conde
Director de Comunicación Social



21 calle 6-77, zona 1, Palacio Municipal, Centro Cívico, 6^a Nivel
Teléfono: 22858065
www.muniguate.com





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

Guatemala, 23 de octubre de 2015


Estudiante
Delmy Lisette Palma Ramírez
Carné: 9910493
Escuela de Ciencias de la Comunicación, USAC

De mi consideración:

Por este medio informo a usted, que he revisado el Informe Final del Proyecto de EPS de Licenciatura con título: "FORTALECIMIENTO DE LA COMUNICACIÓN INTERNA EN LA DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA MUNICIPALIDAD DE GUATEMALA".

El citado trabajo llena los requisitos de rigor del presente Programa, por lo cual emito **DICTAMEN FAVORABLE** para los efectos subsiguientes.

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"


Licda. Floralba Pérez Folgar
Supervisora de EPS Licenciatura


Vo.Bo. Lic. Luis Pedroza
Coordinador de EPS de Licenciatura
Sección "A"



USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala

III

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

Para efectos legales, únicamente el autor es responsable del contenido de este trabajo.

DEDICATORIA Y AGRADECIMIENTOS

A Dios: Por tomarme de la mano y llenar mi vida de bendiciones.

A mis padres: **Renan Palma y Delmi de Palma**

Por ser buenos padres y estar con mis hermanos y conmigo siempre. Gracias por guiarnos y educarnos con amor.

A mi esposo: **Mario Montes**

Por apoyarme y animarme a seguir adelante para cumplir todos mis sueños. Te amo.

A mis hijos: **Joseph André y Bryan Alessandro**

Por llenar mi vida de amor e ilusión. Los amo mis bebés.

A mis hermanos: **Herlin y Renan**

Por ser mis amigos y brindarme su apoyo incondicional.

RESUMEN

Nombre de la Institución: Municipalidad de Guatemala

Nombre del Proyecto: Fortalecimiento de la Comunicación Interna en la Dirección de Comunicación Social de la Municipalidad de Guatemala

Objetivos del Proyecto:

General: Establecer una estrategia de comunicación para fortalecer la Comunicación Interna en la Dirección de Comunicación Social.

Específicos:

- Establecer una estrategia que promueva el manejo adecuado de la comunicación interna de la Dirección de Comunicación Social.
- Determinar el medio más adecuado para que haya mayor fluidez de información dentro de la Dirección de Comunicación Social.

Sinopsis: La falta de comunicación en el lugar de trabajo puede conducir a malas relaciones entre los empleados y a un ambiente de trabajo hostil, en general, hace que los trabajadores se vuelvan ineficientes e ineficaces. Esto lleva a los trabajadores a proyectar sus sentimientos con los clientes. En lugar de hacer frente a los efectos de la falta de comunicación en una institución, es mejor conocer las causas y tratarla.

La comunicación es prácticamente el factor clave para el éxito de toda empresa; es por eso que nace la necesidad de evaluar si estas herramientas de comunicación son utilizadas eficazmente en una institución por lo que se eligió la Dirección de Comunicación Social de la Municipalidad de Guatemala, para evaluar la comunicación interna de esta unidad, y poder conocer las causas que provocan que la comunicación sea ineficiente. Al conocer las causas que provocan este déficit de comunicación se presenta una estrategia que promueva una comunicación interna que permita desarrollar de forma eficaz cada actividad.

INTRODUCCIÓN

La comunicación podría definirse técnicamente como “un proceso a través del cual un conjunto de significados toma forma de mensaje y es trasladado a una persona o grupo de ellas, de tal manera que el significado percibido debe ser equivalente a lo que los iniciadores del mismo intentaron transmitir” (Smith, 1995,p. 33, en Lucas, 1997).

La Comunicación Social es un tema de importancia en el mundo actual; es por ello que toda empresa, institución o persona necesita crear una imagen favorable ante su público; ya que esto puede brindar grandes beneficios.

La comunicación es prácticamente el factor clave para el éxito de toda empresa; nace la necesidad de evaluar si estas herramientas de comunicación son utilizadas eficazmente en una institución; específicamente en la Dirección de Comunicación Social de la Municipalidad de Guatemala, la Municipalidad más grande del país que sirve como guía para el resto de instituciones municipales es importante que aplique de forma adecuada las técnicas y herramientas que brinda la comunicación para lograr con éxito cumplir los objetivos así como las metas planteadas por cada gestión municipal.

Estediagnostico busca, que la Municipalidad de Guatemala lo utilice como una guía de referencia que permita conocer de manera clara, ordenada y práctica, la organización para el desarrollo de una comunicación interna eficaz que describa de forma específica la importancia de cada uno de los puestos que integran la Dirección de Comunicación Social; mediante el cual atenderán las acciones que le competen, incorporándose también los indicadores de desempeño para estar en condiciones de medir la productividad e implementar acciones de mejora continua.

JUSTIFICACIÓN

La unidad de Comunicación Social de toda empresa e institución es una herramienta fundamental y esencial a la hora de construir la opinión pública, se eligió la Dirección de Comunicación Social de la Municipalidad de Guatemala, para poder trabajar el Ejercicio Profesional Supervisado,

En la actualidad la Dirección de Comunicación Social de la Municipalidad de Guatemala es el encargado de coordinar, desarrollar y ejecutar las diferentes actividades protocolarias, de comunicación.

- Conferencia de prensa
- Atención a medios de comunicación
- Atención a vecinos
- Inauguraciones de obras
- Reconocimientos artísticos
- Entrega de órdenes protocolarias
- Declaratoria de amigo de la ciudad, visitante distinguido, ilustre visitante, ciudadano distinguido.
- Matrimonios colectivos
- Diseño de anuncios municipales
- Monitoreo de medios de comunicación

Nace la necesidad de evaluar este departamento, verificando cuales son los puntos negativos manejados, para tratar de establecer una estrategia que promueva una mejor comunicación interna que permita desarrollar con éxito cada una de las actividades.

Índice

CAPITULO I.....	4
Diagnóstico.....	5
1.1. OBJETIVOS DEL DIAGNOSTICO.....	5
1.1.1. Objetivo General.....	5
1.1.2. Objetivo Especifico.....	5
1.2. INSTITUCIÓN	5
1.2.1. Ubicación Geográfica.....	5
1.2.2. Integración y Alianza Estratégica.....	5
1.2.3. Antecedentes e Historia	7
Reseña histórica de la Municipalidad de Guatemala.....	7
1.2.4. +Departamento o Dependencia	10
1.2.5. Misión	11
1.2.6. Visión.....	11
1.2.7. Objetivos Institucionales.....	11
1.2.8. Público Objetivo.....	12
1.2.9. Organigram.....	13
1.3. METODOLOGÍA.....	15
1.3.1. Descripción del Método	15
1.3.2. Técnicas e instrumentos de Recolección	16
1.3.3. Cronograma del Diagnostico	16
1.4. RECOPIACIÓN DE DATOS	17
1.4.1. Ficha de las Entrevistas	17
1.4.2. Resultado de las Entrevistas	17
1.4.3. Tablas comparativas, puntos de encuentro y disensos entre entrevistados	18
1.4.4. Gráficas, cuadro e interpretaciones del resultado de las encuestas.....	19
1.5. RADIOGRAFIA DE LA INSTITUCIÓN	23
1.5.1. Fortalezas	23
1.5.2. Oportunidades:	23
1.5.3. Debilidades.....	24

1.5.4. Amenazas.....	24
CAPITULO II	25
2. PLAN DE COMUNICACIÓN.....	26
2.1. Antecedentes Comunicacionales.....	26
2.2. Objetivos de Comunicación	27
2.2.1. Objetivo General:.....	27
2.2.2. Objetivos Específicos:	27
2.3. Público Objetivo.....	28
2.4. El mensaje	29
2.5. Estrategias.....	29
2.6. Acciones de Comunicación.....	29
CAPITULO III	30
3. INFORME DE EJECUCIÓN.....	31
3.1. Proyecto Desarrollado.....	31
3.1.1. Financiamiento.....	31
3.1.2. Presupuesto	31
3.1.3. Beneficiarios.....	32
3.1.5. Área Geográfica de Acción	33
3.2. ESTRATEGIAS Y ACCIONES DESARROLLADAS	34
3.2.1. Estrategias Desarrolladas	34
Estrategia 1:	34
Estrategia 2:	34
Estrategia 3:	34
Estrategia 4:	34
Estrategia 5:	34
3.2.2. Acciones Desarrolladas.....	35
Acción 1:	35
Acción 2:	35
Acción 3:	36
Acción 4:	37
Acción 5:	38

3.3. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES	39
3.4. CONTROL Y SEGUIMIENTO	40
CONCLUSIONES.....	41
RECOMENDACIONES.....	42
GLOSARIO DE TERMINOS	43
BIBLIOGRAFIA.....	47
EGRAFIA	48
ANEXOS	49
Modelo de la encuesta.....	49
Matriz o vaciado de las encuestas.....	51

CAPITULO I

Diagnóstico

1.1. OBJETIVOS DEL DIAGNOSTICO

1.1.1. Objetivo General

Establecer una estrategia de comunicación para fortalecer la Comunicación Interna en la Dirección de Comunicación Social.

1.1.2. Objetivo Especifico

- Establecer una estrategia que promueva el manejo adecuado de la comunicación interna de la Dirección de Comunicación Social.
- Determinar el medio más adecuado para que haya mayor fluidez de información dentro de la Dirección de Comunicación Social.

1.2. INSTITUCIÓN

Municipalidad de la Ciudad de Guatemala

1.2.1. Ubicación Geográfica

La Municipalidad de Guatemala se encuentra ubicada en el Centro Cívico de la Ciudad Capital, localizada en la 21 calle 6-77 de la zona 1.

1.2.2. Integración y Alianza Estratégica

La Municipalidad de Guatemala cuenta con alianzas estratégicas con instituciones del sector público y privado. El Proyecto Munijoven es una de las áreas que

maneja diferentes actividades a través de alianzas estratégicas, Dentro de las actividades desarrolladas por el proyecto Munijoven, ejecutado por la municipalidad de Guatemala a través del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo –PNUD.

Se ha promovido una colaboración con el Instituto Técnico y de Capacitación y Productividad INTECAP, para la capacitación de 23 mujeres jóvenes en el curso de aspectos culinarios para que adquieran las competencias necesarias para manipulación de alimentos y desarrollen sus habilidades en materia de cocina y repostería.

Dentro de lo más relevante ejecutado y en ejecución, se puede mencionar a grupos de jóvenes preparados en el idioma inglés para que en alianza con empresas del sector de los call centers ingresen a puestos de trabajo al finalizar su capacitación; jóvenes preparados en las actividades técnicas de carpintería, herrería y forja, y jardinería y jóvenes mujeres capacitadas en temas de cocina, repostería, belleza, confección, etc.,

Cabe mencionar la capacitación de 120 jóvenes en el área de Servicio al Cliente, solicitados por varias empresas al aliarse con la municipalidad de Guatemala.

Con la iniciativa y trabajo de Fundación Crecer se generó el acceso a una donación proveniente del Gobierno de Japón a través del Banco Interamericano de Desarrollo BID, que hoy está llevando a cabo una Asistencia Técnica con una Misión de Consultores Internacionales de alto nivel para la realización de los estudios que permitan llevar a cabo los diferentes proyectos estratégicos que conforman el proyecto del Corredor Central Aurora Cañas que tiene como contraparte a la Municipalidad Guatemala a través del Taller del Espacio Público, Urbanística.

1.2.3. Antecedentes e Historia

La Municipalidad es el ente del Estado responsable del gobierno del municipio, es una institución autónoma, es decir, no depende de realizar y administrar los servicios que necesitan una ciudad o un pueblo.

Una función importante de la Municipalidad de Guatemala es la planificación, el control y la evaluación del desarrollo y crecimiento de su territorio. También se presta especial atención a los aspectos sociales y a buscar contribuir a mejorar la calidad de vida de los vecinos.

Para promover los servicios y realizar obra la Municipalidad de Guatemala obtiene los recursos necesarios principalmente del pago de arbitrios, como boleto de ornato, Impuesto Único sobre Inmueble (IUSI), y tasas que cobran en algunas gestiones. Día con día la Municipalidad de Guatemala realiza un servicio intenso en todos los campos: limpieza y mejoras en las calles, iluminación, mantenimiento de parques y áreas verdes, infraestructura vial, modernización administrativa, ampliación de Transmetro, reordenamiento vial, atención a niños en riesgo de calle y muchas otras acciones que velan por el bienestar de todos los ciudadanos. (Muniguate, 2012).

Reseña histórica de la Municipalidad de Guatemala

La administración de gobiernos locales es de origen romano, pero el término Municipio, sinónimo de Ayuntamiento y Concejo, surge en la edad media. De manera que la organización municipal es uno de los legados de la Colonia Española.

El 25 de julio de 1524, don Pedro de Alvarado fundó Iximché, bajo la protección del apóstol Santiago, la primera capital y formo el primer ayuntamiento.

El 22 de noviembre de 1527 don Pedro de Alvarado asienta la ciudad en el Valle de Almolonga, inicia la organización del ayuntamiento y da posesión a las autoridades correspondientes.

Años más tarde, en 1773, después de los terremotos de Santa Marta, el gobernador Martín de Mayorga planteó la necesidad de trasladar la ciudad. Nombró una comisión que estudiara el terreno apropiado, buscando principalmente los nacimientos de agua cercanos, tal comisión recomendó principalmente el valle de Jalapa. Finalmente la ciudad se asienta en el Valle de la Ermita, cuyo traslado efectivo fue el 29 de diciembre de 1775. Desde entonces fue la cede de la Capitanía General. Ya no estuvo bajo la tutela del apóstol Santiago, sino de la Virgen, por ello se le dio el nombre de Nueva Guatemala de la Asunción.

Las primeras familias constituyeron sus casas donde ahora está la iglesia de la Parroquia, zona 6, conocida también como Guarda del Golfo, en lo que actualmente son los terrenos inmediatos a los puentes de las Vacas y Belice.

Las calles de la ciudad fueron trazadas por don Luís Diez de Navarro.

El primer edificio municipal consistía en una casa grande y rustica con techo de paja en el barrio de la Parroquia.

Desde 1885 hasta los terremotos de 1917-1918 la Municipalidad estuvo en el edificio llamado Portal del Señor, el cual se ubica en el sitio donde actualmente se encuentra el Palacio Nacional.

Otros domicilios de la alcaldía, todos en la zona 1, fueron los siguientes:

- 6ª. Avenida y 9ª. Calle, donde se ubica el Hotel Panamerican.
- Luego se pasó a la 4ª. Avenida y 9ª. Calle.

- De 1930 hasta 1958 tuvo su sede en la 8ª. Calle y 5ª. Avenida, frente al Parque Centenario.

El proyecto de construcción de una nueva sede la hizo el alcalde Martín Prado Vélez (1949-1951), pero fue hasta 1954 cuando se inició la construcción del actual Palacio Municipal, bajo la administración del alcalde Juan Luis Lazarralde (1952-1954).

El edificio actual comenzó a funcionar en 1958, la Municipalidad fue el primer edificio del Centro Cívico una de las construcciones más modernas y funcionales de Centroamérica.

1.2.4. Departamento o Dependencia

Dirección de Comunicación Social

La Dirección de Comunicación Social de la Municipalidad de Guatemala fue creada mediante el Acuerdo de Alcaldía No. AA-77-2004, el cual en el Artículo 1, indica: Crear dentro de la estructura organizacional administrativa y programática de la Municipalidad de Guatemala, la DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN SOCIAL, la que dependerá directamente de Alcaldía Municipal con su respectiva asignación presupuestaria a nivel de programa, subprograma y actividad, así como en los respectivos renglones específicos de gastos necesarios para su funcionamiento.

El Artículo 4 del mismo acuerdo, indica que, la Dirección de Comunicación Social queda integrada con los recursos financieros, mobiliario y personal de la actual Secretaría de Relaciones Públicas de la Municipalidad de Guatemala, la cual queda disuelta a partir de la vigencia de dicho acuerdo.

Esta Dirección es la encargada de coordinar toda la proyección de imagen de la Municipalidad de Guatemala, tanto a lo interno como a lo externo. Este objetivo se cumple a través de la ejecución de planes, proyectos, eventos y producciones y publicaciones de material informativo de la Municipalidad, lo cual se realiza desde las unidades de trabajo: Atención a Prensa, Eventos y Protocolo, Diseño y Producción, Monitoreo de Medios, Redacción, Gestión Financiera y Administrativa y Apoyo Logístico?

Cada una de estas áreas realiza un trabajo que es esencial para el apoyo que se presta desde esta Dirección a las demás Dependencias y empresas Municipales, el cual va desde la asesoría para sus actividades, así como el diseño de la imagen de las misma y del personal.

La Dirección de Comunicación Social es un equipo que logra la eficiente comunicación de los logros municipales, brindando apoyo al trabajo de todas las Dependencias y Empresas Municipales, proyectando la imagen deseada de la Municipalidad de Guatemala. Esto se logra a través del trabajo permanente con los medios de comunicación masivos y alternativos, el montaje y asesoría en eventos y protocolo, el diseño y la producción de material de comunicación, publicitario y promocional; así como la guía de la línea de comunicación e imagen Municipal para todas las Dependencias y Empresas Municipales; todo ello guardando el apego con el Plan de Gobierno Municipal de la Administración del Alcalde Alvaro Arzú.

1.2.5. Misión

La Dirección de Comunicación Social de la Municipalidad de Guatemala, tiene como misión el velar por el buen manejo de la imagen municipal, asimismo proporcionar información actual, completa y veraz de la institución, tanto a medios de comunicación como a los vecinos. Así también organizar y brindar apoyo en las diferentes actividades de la alcaldía municipal.

1.2.6. Visión

La visión de la Dirección es atender y dar solución a las necesidades de los vecinos, apoyar a las dependencias municipales para que las actividades sean realizadas con éxito y brindar la información de forma eficaz y eficiente.

1.2.7. Objetivos Institucionales

El centro de la administración municipal es LA PERSONA y su objetivo principal es lograr que las personas tengan una VIDA DE CALIDAD.

1.2.8. Público Objetivo

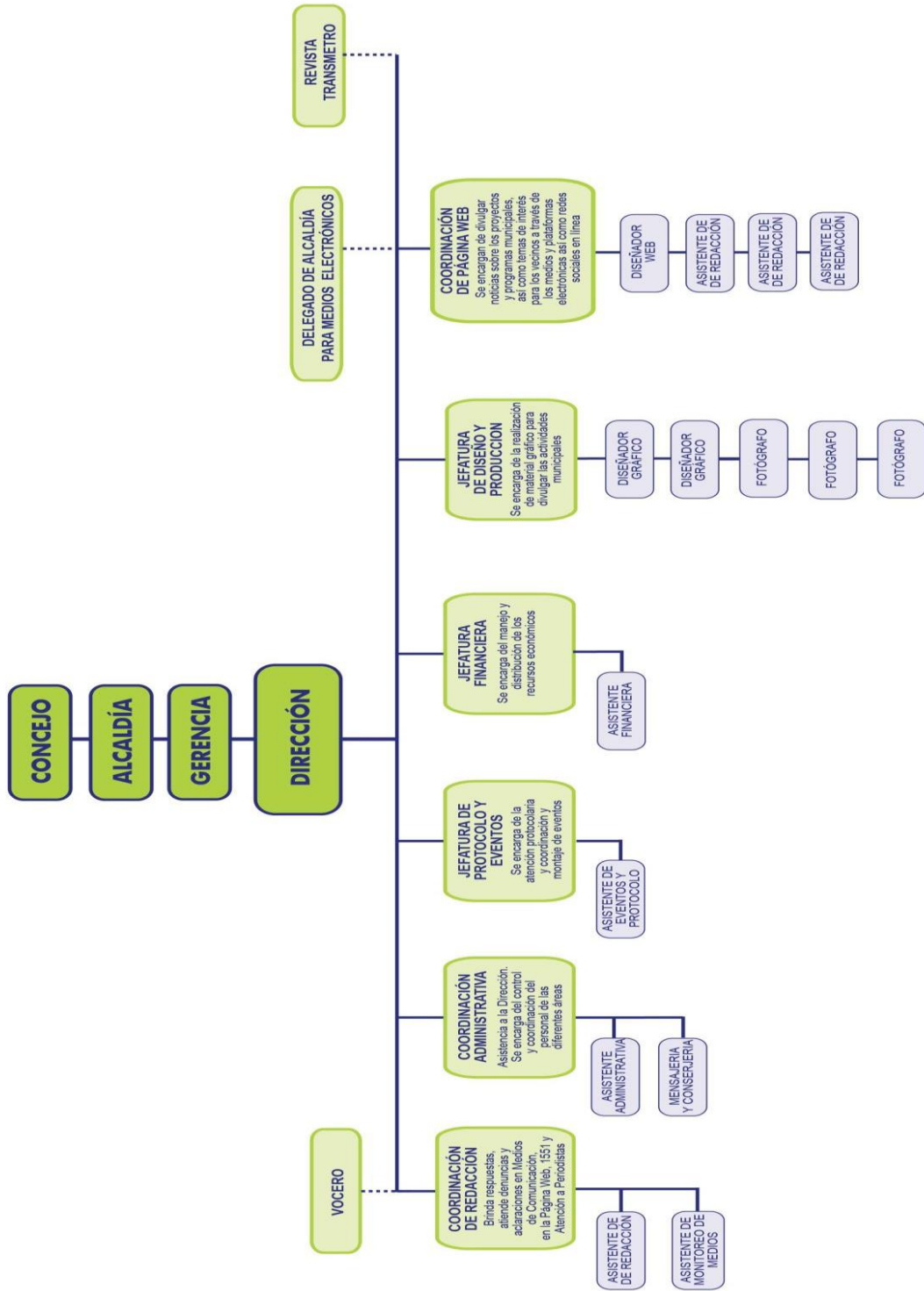
Según lo investigado la Municipalidad de Guatemala maneja los siguientes públicos:

- **Público interno:** Empleados municipales.
- **Público externo:** Medios de comunicación, usuarios de los diversos servicios municipales, organismos internacionales, funcionarios de gobierno, vecinos de la Ciudad de Guatemala, de las zonas 1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11,12,13,14,15,16,17,18, 19,21,24 y 25. y público en general.



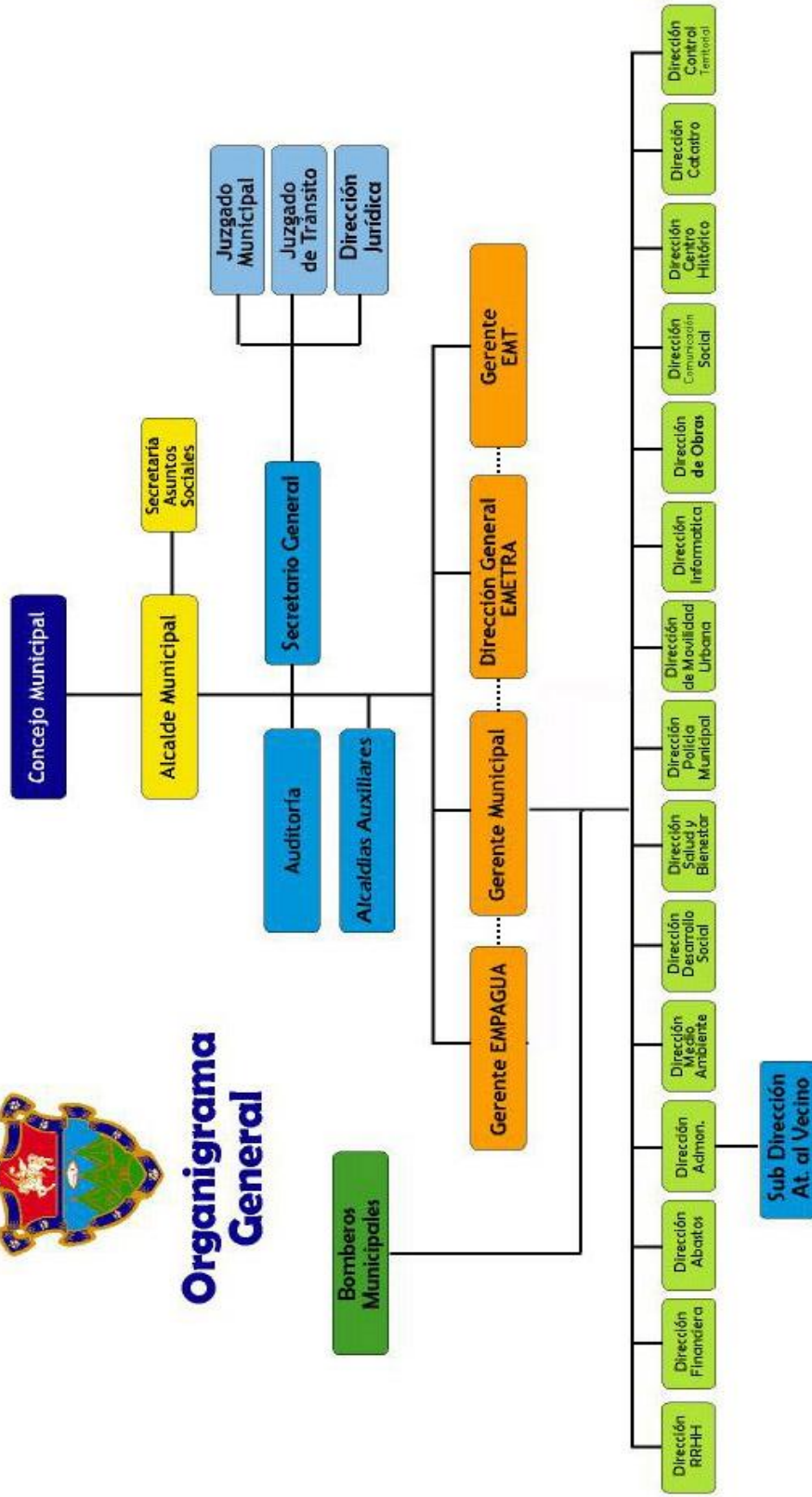
ORGANIGRAMA DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN SOCIAL MUNICIPALIDAD DE GUATEMALA

1.2.9. Organigrama





Organigrama General



1.3. METODOLOGÍA

1.3.1. Descripción del Método

Los tipos de investigación que se utilizaron en el desarrollo de esta investigación son:

Histórico, descriptiva, ya que se investigaron datos históricos de la Municipalidad de Guatemala y el origen de las Relaciones Públicas. Se describe el funcionamiento del Departamento de Relaciones Públicas. Descriptiva porque esta nos permite analizar y registrar la información obtenida de fuentes bibliográficas, de entrevistas y encuestas.

1.3.1.1. Población

Personal administrativo de la Municipalidad de Guatemala, específicamente de la Dirección de Comunicación Social. La Dirección de Comunicación Social de la Municipalidad de Guatemala, está ubicado en el 6to. Nivel del Edificio Municipal, (21 calle 6-77 zona 1, Centro Cívico).

1.3.1.2. Muestra

Personal municipal, de la Dirección de Comunicación Social, de las áreas de Protocolo y Eventos, Financiero, Administrativos, Prensa, Diseño y Fotografía, Producción, Revista TransMetro y Medios Electrónicos, lo cual hace un total de 30 encuestados.

1.3.2. Técnicas e instrumentos de Recolección

Técnica

Para obtener la información se consultaron libros, folletos e Internet, así mismo se solicitó información a la Dirección de Comunicación Social de la Municipalidad de Guatemala.

Instrumento

Se utilizará un modelo de encuesta de 8 preguntas abiertas y cerradas la cual servirá para conocer la opinión de los colaboradores municipales de cada una de las áreas de la Dirección de Comunicación Social, así como para conocer las diferentes opiniones en cuanto a comunicación se refiere.

También se utilizará el método de observación ya que a través de esta técnica se puede verificar de forma directa que tan efectiva es la comunicación interna de esta unidad.

1.3.3. Cronograma del Diagnostico

Descripción	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4
Primer Propedéutico	■ ■ ■ ■			
Entrevista en ECC y recepción de carta de solicitud de EPS		■		
Entra de carta y solicitud de practica en Dirección		■		
Elaboración de encuesta		■ ■		
Levantamiento de encuestas		■ ■ ■ ■ ■ ■		
Tabulación de datos			■ ■ ■ ■	
Elaboración de Diagnostico				■ ■ ■ ■ ■
Entrega de Diagnostico				■

1.4. RECOPIACIÓN DE DATOS

1.4.1. Ficha de las Entrevistas

Las entrevistas/encuestas abarcan las áreas de:

- Prensa
- Protocolo y Eventos
- Revista TransMetro
- Diseño y fotografía
- Producción
- Medios Electrónicos
- Financiero
- Administrativo

Cada una de conformada por ocho preguntas cuyo fin es conocer las debilidades de comunicación existentes en la Dirección de Comunicación Social.

1.4.2. Resultado de las Entrevistas

Gracias a las entrevistas / encuestas realizadas en la Dirección de Comunicación Social podemos concluir que existen varias técnicas de comunicación interna utilizadas en la Dirección de Comunicación social, sin embargo estas no son utilizadas adecuadamente ya que no cumplen con el objetivo de mantener informado a todo el equipo de trabajo. Así mismo se comprueba que es necesaria la creación de un manual de funciones, ya que esta Dirección no cuenta con una descripción de cargos por escrito.

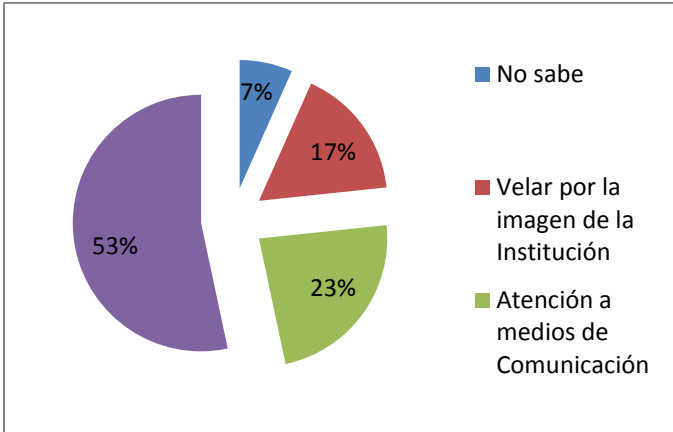
1.4.3. Tablas comparativas, puntos de encuentro y disensos entre entrevistados

Interrogante	Punto de Encuentro	Punto de Disensos
¿Qué función tiene la Dirección de Comunicación Social dentro de la Institución?	La función principal de esta Dirección es informar a la población sobre las diferentes obras municipales que se realizan en las 22 zonas de la Ciudad de Guatemala.	Velar por la buena y correcta imagen de la institución.
¿Cuáles son sus atribuciones dentro de la Dirección de Comunicación Social?	Todos los entrevistados pertenecen a la Dirección de Comunicación Social, no importando el área en la que se desempeñen todos tienen la responsabilidad de informar y velar por la buena imagen institucional.	
¿Tiene conocimiento de las actividades que realiza la Dirección de Comunicación Social?	La mayor parte de entrevistados indica que si tiene conocimiento de las actividades que se realizan no en su totalidad pero si reciben parte de la información.	Algunos entrevistados indicaron nunca recibir información de los eventos.
¿Qué debilidades de Comunicación afronta la Dirección de Comunicación Social?	Un alto porcentaje de entrevistados indican que la mayor debilidad es la falta de comunicación interna y trabajo en equipo.	
¿Cumple el Departamento de Comunicación Social su función de crear y mantener una buena imagen para la Institución Municipal?	La mayoría de los entrevistados indicaron que si se cumple con la función de crear y mantener una buena imagen institucional.	
¿Cuáles pueden ser los canales o actividades que promueva la Dirección para mantener una buena comunicación interna?	Carteleras, correo interno, boletines, reuniones semanales.	
¿Considera que recibe la información necesaria y útil por parte de sus superiores y otros departamentos de la institución, para desarrollar efectivamente su trabajo?	La mitad de los entrevistados considera que no recibe la información necesaria para realizar sus funciones.	La otra parte de entrevistados indica que si recibe información, no especifica pero si la información considerable para realizar las actividades.
¿Cuenta con una descripción de su cargo por escrito y actualizada?	Gran parte de los entrevistados indico que no cuenta con una descripción de su cargo por escrito y actualizado.	

1.4.4. Gráficas, cuadro e interpretaciones del resultado de las encuestas

1. ¿Qué función tiene la Dirección de Comunicación Social dentro de la Institución?

Fuente: Lissete Palma. Febrero 2015.

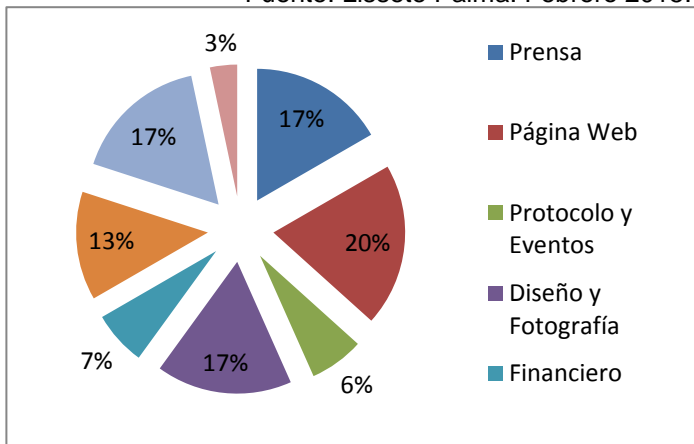


El 7% de los entrevistados indicaron no saber la función que realiza esta Dirección, un 17% indicó que su principal función es velar por la buena imagen de la institución, el 23% indicó que la función de esta unidad es

brindar atención a los medios de comunicación y para el otro 53% la función principal de esta Dirección es informar a la población sobre las diferentes obras municipales que se realizan en las 22 zonas de la Ciudad de Guatemala.

2. ¿Cuáles son sus atribuciones dentro de la Dirección de Comunicación Social?

Fuente: Lissete Palma. Febrero 2015.



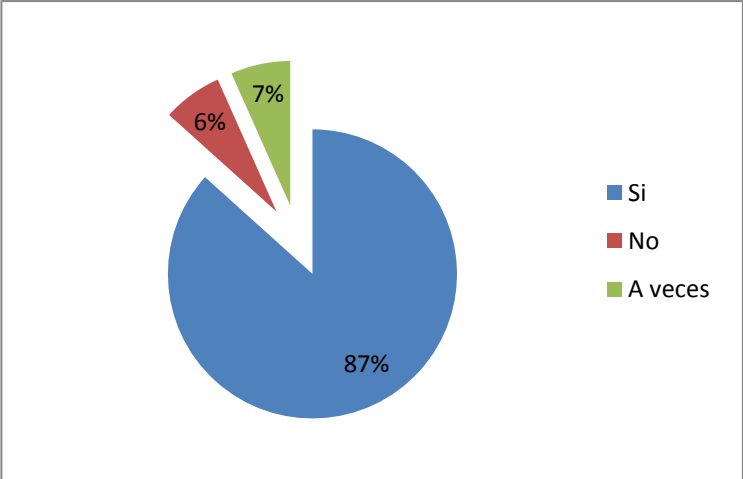
En base a las funciones de cada uno de los entrevistados se agruparon por áreas dando como resultado que un 17% pertenece a la sección de atención a prensa, el 20% tiene a su cargo el manejo de medios electrónicos (Página web, Twitter, etc.) el 6% tiene a su

cargo la coordinación y ejecución de las actividades protocolarias, un 17% tiene a su cargo el diseño y elaboración de material gráfico y la cobertura fotografía de las actividades municipales, el 7% maneja el recurso económico de la Dirección, un

13% es el encargado de la recopilación de información, fotografías y diseño de la Revista Transmetro, el 17% se encargan de actividades puramente administrativas y el 3% de los entrevistados no indico sus funciones ni el área a la que pertenece.

3. ¿Tiene conocimiento de las actividades que realiza la Dirección de Comunicación Social?

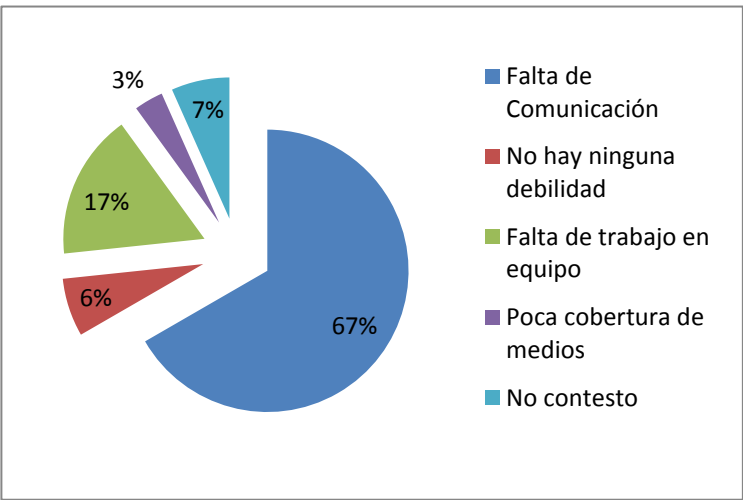
Fuente: Lissete Palma. Febrero 2015.



A esta interrogante el 87% indico que si tiene conocimiento de las actividades un 7% indica que a veces le informan y un 6% restante indico que desconoce dichas actividades.

4. ¿Qué debilidades de Comunicación afronta la Dirección de Comunicación Social?

Fuente: Lissete Palma. Febrero 2015.

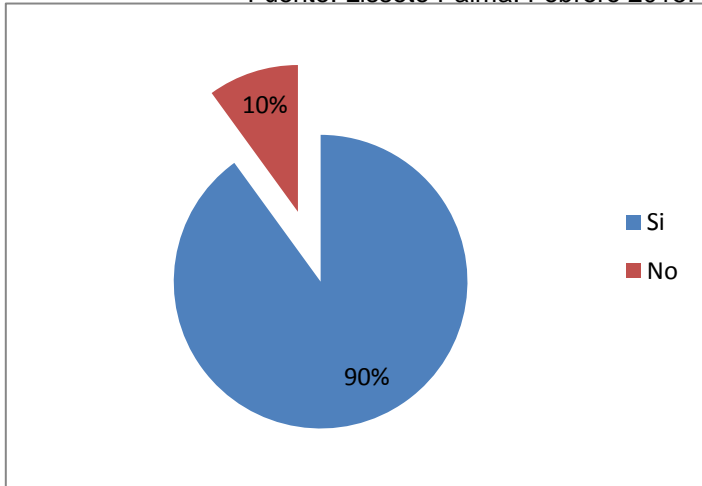


Al entrevistar a los colaboradores municipales de esta Dirección el 67% indicaron que la mayor debilidad es la falta de comunicación, el 6% considera que no existe ninguna debilidad de comunicación, un 17% indico que hace falta

trabajar en equipo, el 3% indica que existe poca cobertura de medios y el 7% no contesto.

5. ¿Cumple el Departamento de Comunicación Social su función de crear y mantener una buena imagen para la Institución Municipal?

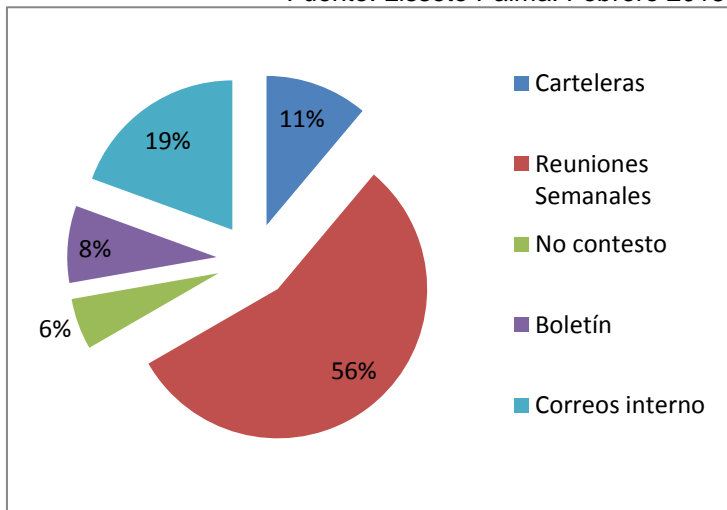
Fuente: Lissete Palma. Febrero 2015.



El 90% de los entrevistados indicaron que esta dependencia municipal si cumple con su función de crear y mantener una buena imagen municipal, el 10% restante indico que no.

6. ¿Cuáles pueden ser los canales o actividades que promueva la Dirección para mantener una buena comunicación interna?

Fuente: Lissete Palma. Febrero 2015.

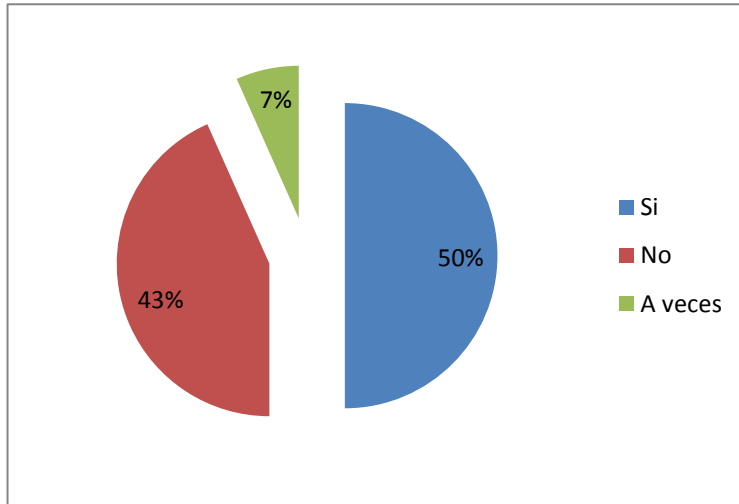


El 11% de los entrevistados, indico que es necesario implementar carteleras informativas dentro de las instalaciones de la Dirección de Comunicación Social, el 56% coinciden en que las reuniones informativas de forma semanal ayudarían

a mantener una buena comunicación interna, el 6% no contesto, el 8% indica que los boletines internos serían una buena herramienta de comunicación y el 19% considera que los correos internos podrían enriquecer dicha comunicación.

7. ¿Considera que recibe la información necesaria y útil por parte de sus superiores y otros departamentos de la institución, para desarrollar efectivamente su trabajo?

Fuente: Lissete Palma. Febrero 2015.

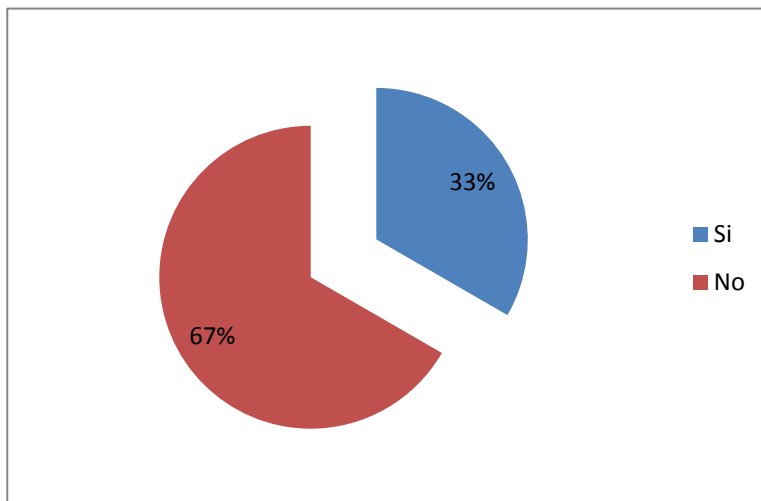


El 50% considera que si recibe la información necesaria para desarrollar efectivamente su trabajo, el 43% indica que no recibe información y el 7% indica que a veces le brindan la información

necesaria para efectuar de forma efectiva sus tareas.

8. ¿Cuenta con una descripción de su cargo por escrito y actualizada?

Fuente: Lissete Palma. Febrero 2015.



El 33% indico que si cuenta con una descripción de su cargo pero el 67% no cuenta con la información actualizada de sus funciones.

1.5. RADIOGRAFIA DE LA INSTITUCIÓN

FODA

1.5.1. Fortalezas

Fortaleza son las capacidades especiales con que cuenta la empresa, y que le permite tener una posición privilegiada frente a la competencia. Recursos que se controlan, capacidades y habilidades que se poseen, actividades que se desarrollan positivamente, etc.

La Dirección de Comunicación Social cuenta con varias fortalezas, dentro de las cuales se puede mencionar:

- Personal con capacidad y experiencia suficiente para realizar los trabajos de cada oficina.
- La calidad de la información ofrecida y la atención concedida a los medios de Comunicación ha convertido a la Dirección de Comunicación Social en la fuente de referencia para los periodistas cuando buscan información u opiniones sobre noticias municipales.
- La mayor fortaleza que existe es que esta Dirección pertenece a la Municipalidad de Guatemala, lo cual es uno de los mayores respaldos ante cualquier otra empresa e institución.

1.5.2. Oportunidades:

Oportunidades son aquellos factores que resultan positivos, favorables, explotables, que se deben descubrir en el entorno en el que actúa la empresa, y que permiten obtener ventajas competitivas.

- Las oportunidades se puede mencionar que se cuenta con personal capacitado para desempeñar su cargo.
- Interés del personal por mejorar la comunicación interna.
- Se cuenta con el equipo necesario para que se pueda desempeñar cada una de las actividades de forma eficiente.
- Las instalaciones son adecuadas.

1.5.3. Debilidades

Son aquellos factores que provocan una posición desfavorable frente a la competencia, recursos de los que se carece, habilidades que no se poseen, actividades que no se desarrollan positivamente, etc.

Dentro de las debilidades que se encontraron en la Dirección de Comunicación Social se pueden mencionar:

- Limitación de recursos financieros para cubrir los apoyos requeridos a la Dirección.
- Falta de motivación de los recursos humanos
- Se carece de manuales administrativos.

1.5.4. Amenazas

Son aquellas situaciones que provienen del entorno y que pueden llegar a atentar incluso contra la permanencia de la organización. (<http://www.matrizfoda.com/>)

En base a las encuestas realizadas se puede determinar que dentro de las amenazas que se encuentran en esta Dirección la que más sobresale es la falta de comunicación dentro del personal. Así mismo se puede mencionar la falta de compañerismo y de trabajo en equipo.

CAPITULO II

2. PLAN DE COMUNICACIÓN

2.1. Antecedentes Comunicacionales

La Dirección de Comunicación Social de la Municipalidad de Guatemala fue creada mediante el Acuerdo de Alcaldía No. AA-77-2004, el cual en el Artículo 1, indica: Crear dentro de la estructura organizacional administrativa y programática de la Municipalidad de Guatemala, la DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN SOCIAL, la que dependerá directamente de Alcaldía Municipal con su respectiva asignación presupuestaria a nivel de programa, subprograma y actividad, así como en los respectivos renglones específicos de gastos necesarios para su funcionamiento.

El Artículo 4 del mismo acuerdo, indica que, la Dirección de Comunicación Social queda integrada con los recursos financieros, mobiliario y personal de la actual Secretaría de Relaciones Públicas de la Municipalidad de Guatemala, la cual queda disuelta a partir de la vigencia de dicho acuerdo. (Acuerdo de Alcaldía No. AA-77-2004)

Esta Dirección es la encargada de coordinar toda la proyección de imagen de la Municipalidad de Guatemala, tanto a lo interno como a lo externo. Este objetivo se cumple a través de la ejecución de planes, proyectos, eventos y producciones y publicaciones de material informativo de la Municipalidad, lo cual se realiza desde las unidades de trabajo: Atención a Prensa, Eventos y Protocolo, Diseño y Producción, Monitoreo de Medios, Redacción, Gestión Financiera y Administrativa y Apoyo Logístico.

Cada una de estas áreas realiza un trabajo que es esencial para el apoyo que se presta desde esta Dirección a las demás Dependencias y empresas Municipales, el cual va desde la asesoría para sus actividades, así como el diseño de la imagen de las misma y del personal.

La Dirección de Comunicación Social es un equipo que logra la eficiente comunicación de los logros municipales, brindando apoyo al trabajo de todas las Dependencias y Empresas Municipales, proyectando la imagen deseada de la Municipalidad de Guatemala. Esto se logra a través del trabajo permanente con los medios de comunicación masivos y alternativos, el montaje y asesoría en eventos y protocolo, el diseño y la producción de material de comunicación, publicitario y promocional; así como la guía de la línea de comunicación e imagen Municipal para todas las Dependencias y Empresas Municipales; todo ello guardando el apego con el Plan de Gobierno Municipal de la Administración del Alcalde Alvaro Arzú.

2.2. Objetivos de Comunicación

2.2.1. Objetivo General:

- Fortalecer la comunicación interna dentro de la Dirección de Comunicación Social de la Municipalidad de Guatemala.

2.2.2. Objetivos Específicos:

- Proporcionar elementos de comunicación efectivos que permitan a las diferentes áreas de Comunicación Social, estar informados buscando avanzar en la misma dirección, alineados a los objetivos de la institución.
- Incentivar a los colaboradores municipales a mejorar la comunicación dentro del departamento.
- Implementar técnicas que enriquezcan la comunicación interna de la Dirección.

2.3. Público Objetivo

Para el diccionario Océano Practico, (1999) público “es un conjunto de personas que concurren a determinado lugar para asistir a un espectáculo o con otro fin semejante”.

Para Sánchez Guzmán, J.R.; Marketing comunicación, (1989) público es “el conjunto de miembros de un grupo social que, sin estar necesariamente unidos físicamente, reaccionan ante un estímulo común, o bien se encuentran unidos mediante vínculos mentales por un interés común definido hacia determinados temas o aspectos de la vida cotidiana”.

En base a lo anterior podemos indicar que el público objetivo de la Dirección de Comunicación Social se divide en interno y externo.

El público externo está comprendido por personas que no necesariamente se relacionan con una organización particular. Por ejemplo: los proveedores y los medios de comunicación.

El público externo es aquel que tiene una relación indirecta con la institución, y está conformado por:

Los proveedores: Son quienes proporcionan a la institución los insumos que transforma y devuelve en forma de productos y servicios.

Los medios de comunicación: Son el público externo que tiene una función de mediadores de la información para que ésta llegue a los distintos públicos externos generales.

El público interno es el más importante de los públicos con los que se relaciona la institución ya que está formado por su propio personal.

Es aquel que tiene una relación estrecha con la institución, se ubica dentro de la institución y forma parte de ella, no hay que salir para encontrarlo.

El público interno está formado por los empleados de la Dirección de Comunicación Social, personas que laboran dentro de la institución.

El público interno se encuentra conformado por 25 personas, hombres y mujeres de nacionalidad guatemalteca, que oscilan entre los 23 y 70 años.

2.4. El mensaje

El mensaje que se quiere transmitir y el cual se estará reforzando para que el personal de la Dirección de Comunicación Social lo haga suyo es “SOY COMUNICACIÓN”.

2.5. Estrategias

Para fortalecer la comunicación interna de la Dirección de Comunicación Social basaremos nuestra estrategia en brindar soportes o técnicas comunicacionales directas y efectivas.

2.6. Acciones de Comunicación

Para fortalecer la comunicación interna de la Dirección de Comunicación Social se tiene estipulado realizar actividades como: Desayunos de trabajo, reuniones semanales, carteleras, manual de funciones y procedimientos, envío de circulares, manejo de chat interno y uso de correo electrónico.

CAPITULO III

3. INFORME DE EJECUCIÓN

3.1. Proyecto Desarrollado

“Fortalecimiento de la Comunicación Interna en la Dirección de Comunicación Social de la Municipalidad de Guatemala”

3.1.1. Financiamiento

La puesta en práctica de este proyecto se llevó a cabo gracias al financiamiento proporcionado por la Dirección de Comunicación Social.

3.1.2. Presupuesto

Descripción	Insumos	Coste por Unidad	Cantidad	Total
Desayuno Reunión	Desayuno típico	Q55.00	50	Q2750.00
Reuniones	Agendas impresas con temas	Q1.00	50	Q 50.00
Manual de funciones y procedimientos	Encuadernado	Q25.00	10	Q 250.00
Circulares	Impresión en papel bond	Q1.00	225	Q 225.00
Cartelera	Madera	Q250.00	1	Q 250.00
Tintas para impresiones	Tintas de colores	Q150.00	3	Q 450.00
Tinta negra para impresiones	Tintas color negro	Q280.00	1	Q 280.00
Papel Bond	Resma de hojas tamaño carta	Q32.10	1	Q 32.10
Internet	Investigación en Internet (horas)	Q5.00	60	Q 300.00
CD's	CD's para manual electrónico	Q81.25	1	Q 81.25
Total				Q4668.35

3.1.3. Beneficiarios

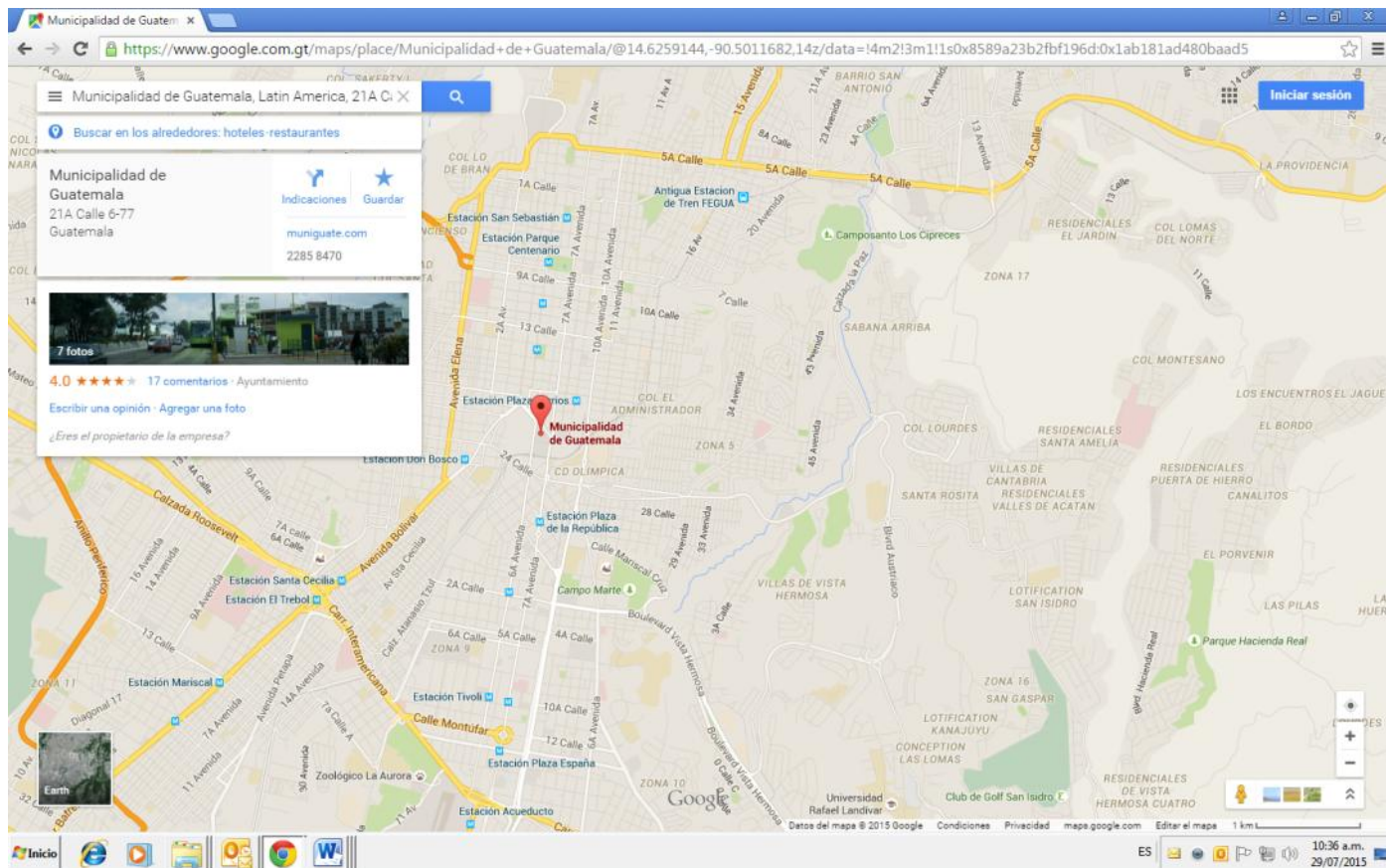
Al poner en practicidad las estrategias para el fortalecimiento de la Comunicación Interna de la Dirección de Comunicación Social se vieron beneficiados tanto los colaboradores municipales que integran esta Dirección como las diferentes unidades municipales con las que se tiene relación para la ejecución de Eventos, Traslado de información a los Medios de Comunicación, así como los vecinos que visitan la Municipalidad.

3.1.4. Recursos Humanos

Personal	Puesto	Actividad
Rafael Paiz	Director	Supervisión de la información incluida en el manual de funciones de la Dirección de Comunicación Social. Aprobación del logo que identifica la Dirección. Presentación de agenda y programación de actividades en las reuniones de trabajo.
Claudia Flores	Diseñadora Grafica	Apoyo en elaboración de Artes e ilustración de Carteleras y Manual de Funciones.
Lesly Ordoñez	Asistente Financiera	Apoyo en el trámite de pago para encuadernado de los Manuales de Funciones de la Dirección de Comunicación Social.
Esthella Medina	Redacción	Apoyo en revisión de contenido del Manual de Funciones de la Dirección.
Irma Galindo	Concejo Municipal	Proporcionar copia de Acuerdo de Alcaldía No. AA-77-2004 para elaboración de Manual de Funciones.

3.1.5. Área Geográfica de Acción

El presente plan de Comunicación se ejecutó en la Dirección de Comunicación Social de la Municipalidad de Guatemala ubicado en la 21 calle 6-77 Zona 1, Sexto nivel del Palacio Municipal.



3.2. ESTRATEGIAS Y ACCIONES DESARROLLADAS

3.2.1. Estrategias Desarrolladas

Estrategia 1:

Elaboración del logotipo que identifica a los colaboradores municipales de la Dirección de Comunicación Social.

Estrategia 2:

Elaboración del Manual de Funciones de la Dirección de Comunicación Social con el objetivo de servir como instrumento de información y consulta para dar a conocer tanto la estructura de la Dirección como las atribuciones, objetivos y responsabilidades.

Estrategia 3:

Elaboración de un formato de programación de actividades, que permitirá que todos los colaboradores municipales de la Dirección de Comunicación Social mantengan la misma línea de información.

Estrategia 4:

Elaboración de agenda y coordinación de Desayuno Reunión con el personal de la Dirección de Comunicación Social.

Estrategia 5:

Implementación de la herramienta de comunicación interna SPARK para trasladar información de interés y mantener comunicación constante con todas las áreas de la Dirección.

3.2.2. Acciones Desarrolladas

Acción 1:



Logotipo Dirección de Comunicación Social
Fuente: Lissete Palma. Julio 2015.

Acción 2:



Portada Manual de Funciones Dirección de Comunicación Social
Fuente: Lissete Palma. Julio 2015.



Portada CD Manual de Funciones Dirección de Comunicación Social
Fuente: Lisete Palma. Julio 2015.

Acción 3:



Formato de Programación de Actividades para Cartelera
Dirección de Comunicación Social
Fuente: Lisete Palma. Julio 2015.

Acción 4:



Desayuno Reunión Personal de la Dirección de Comunicación Social
Fuente: Lissete Palma. Julio 2015.



Desayuno Reunión Personal de la Dirección de Comunicación Social
Fuente: Lissete Palma. Julio 2015.

Acción 5:



Herramienta de Comunicación Interna Spark
Fuente: Lisete Palma. Julio 2015.

3.3. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Actividad	Mayo							Junio				Julio		
	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	Semana 5	Semana 6	Semana 7	Semana 8	Semana 9	Semana 10	Semana 11	Semana 10	Semana 11	
	Desayunos de trabajo													
Reuniones														
Cambio de Carteleras														
Elaboración de manual de funciones														
Spark														

3.4. CONTROL Y SEGUIMIENTO

Como parte del control y seguimiento se entregó un manual de funciones y procedimientos al Director de Comunicación Social y a la Coordinadora Administrativa para que se cumpla con lo estipulado en el plan de comunicación que se planteó. Se puso en práctica el huso de la herramienta de comunicación instantánea Spark. Se realizaron reuniones que permitieron la convivencia de todos los colaboradores Municipales de la Dirección de Comunicación logrando con esto enriquecer la relación laboral existente y mejorar la comunicación interna.

Actividad	Efectuada	No efectuada
Elaboración de Manual de Funciones y Procedimientos de la Dirección de Comunicación Social	X	
Elaboración del logotipo que identifica a los colaboradores municipales de la Dirección de Comunicación Social.	X	
Elaboración de un formato de programación de actividades.		
Elaboración de agenda y coordinación de Desayuno Reunión con el personal de la Dirección de Comunicación Social.	X	
Implementación de la herramienta de comunicación interna SPARK	X	

CONCLUSIONES

La comunicación es transversal a todas las organizaciones y es a partir de las labores y actividades de sus miembros como se proyecta la imagen institucional tanto a nivel interno como externo.

La falta de comunicación en el lugar de trabajo puede conducir a malas relaciones entre los empleados y a un ambiente de trabajo hostil, en general, hace que los trabajadores se vuelvan ineficientes e ineficaces.

La comunicación interna es una herramienta estratégica clave en las instituciones, puesto que mediante un buen empleo de la información corporativa podemos transmitir correctamente a los empleados los objetivos y valores estratégicos que promueve la organización, lo cual genera una cultura de apropiación, fidelidad y sentido de pertenencia hacia la institución.

Al poner en práctica algunas herramientas de comunicación dentro de la Dirección de Comunicación Social se mejoró notablemente la comunicación interna de esta dependencia Municipal, logrando con esto impulsar la productividad de todos los miembros del equipo.

RECOMENDACIONES

Se recomienda a la Dirección de Comunicación Social que se utilice el Manual de Funciones y Procedimientos como un documento de consulta general, que sirva como herramienta de referencia para orientar al personal para realizar sus labores cotidianas, y al mismo tiempo facilite la integración de nuevos elementos, coadyuvando de esta manera al logro de objetivos y metas institucionales e impulsando la productividad de la Dirección.

La Dirección de Comunicación Social debe poner en práctica estrategias de comunicación bidireccionales, esto quiere decir entablar un constante dialogo entre colaboradores municipales y el Director ya que se necesita interacción constante y colaborativa entre los empleados y la dirección, la retroalimentación y evaluación conjunta de las funciones y los indicadores de cumplimiento entre todos los involucrados juega un papel fundamental para lograr la satisfacción y motivación del talento humano.

GLOSARIO DE TERMINOS

Canal de Comunicación: Es el medio de transmisión por el que viajan las señales portadoras de información emisor y receptor.

Comunicación: Es el proceso mediante el cual se puede transmitir información de una entidad a otra, alterando el estado de conocimiento de la entidad receptora.

Comunicación Interna: Conjunto de mensajes y acciones de comunicación elaboradas de forma consciente y voluntaria para relacionarse con los públicos de la organización, con el fin de comunicar con ellos de forma creativa y diferente sobre las características de la organización, sobre sus productos y/o servicios y sobre sus actividades.

Comunicación Estratégica: Es la coordinación de todos los recursos comunicacionales externos e internos de una empresa para diferenciarlos de la competencia y lograr un lugar en la mente de los públicos que nos interesan.

Comunicación Externa: Es el conjunto de actividades generadoras de mensajes dirigidos a crear, mantener o mejorar la relación con los diferentes públicos objetivo del negocio, así como a proyectar una imagen favorable de la compañía o promover actividades, productos y servicios

Comunicación Social: Se entiende la Comunicación Social como “la disciplina que estudia las relaciones entre los cambios sociales y los cambios comunicativos”.

Conferencia de Prensa: Es un acto informativo convocado por un organismo o entidad al que están invitados los medios de comunicación para que informen de lo que allí suceda.

Correo electrónico: Es una herramienta telemática; es decir, aquella herramienta basada en un conjunto de técnicas y servicios que combinan las telecomunicaciones y la informática y que se constituye en el correo del Tercer Milenio. Correo sin barreras de tiempo y espacio, que viaja en fracciones de segundos, con textos, sonidos e imágenes. Se puede enviar el mensaje de correo electrónico a uno o varios remitentes al mismo tiempo, con dirección visible o encriptada, con listas de distribución públicas o privadas.

Cronograma: Es el detalle minucioso de las actividades que desempeña o que va a desempeñar una empresa al realizar un evento o una serie de eventos.

Diagnostico Estratégico: Determina cuales son los principales problemas que aquejan a la institución y los cursos de acción alternativos para su solución. Las herramientas utilizadas pueden agruparse en métodos cualitativos y cuantitativos.

Director de Comunicación Social: También conocido por el acrónimo dircom, es un profesional de la comunicación que, teniendo en cuenta los objetivos finales de una organización, define su política comunicativa, establece un plan o estrategia de comunicación para lograr esos objetivos y asume la responsabilidad de la imagen y reputación corporativa.

Ejecución: Es la etapa donde se materializan los aspectos descritos en el estudio técnico en especial, pero soportando en la estructura organizacional para la implementación del proyecto y en la financiación del mismo. Para realizar la ejecución es necesario desarrollar una gestión que facilite su terminación y lo deje listo para la iniciación o puesta en marcha.

Empowerment: Acción de potenciar o capacitar a uno o varios empleados a través de acciones de motivación y delegación de poder, con el fin de obtener o mejorar los resultados de la empresa.

Estrategia: Plan ideado para dirigir un asunto y para designar al conjunto de reglas que aseguran una decisión óptima en cada momento. Proceso seleccionado a través del cual se prevé alcanzar un cierto estado futuro.

FODA: Es el estudio de la situación de una empresa u organización a través de sus fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas. La matriz FODA permite observar soluciones, identificar los problemas que permitan cumplir los objetivos y, visualizar los puntos débiles de la empresa y transformarlos en fortalezas y oportunidades, así como, potenciar los puntos fuertes de la empresa u organización.

Fuente: Lugar desde donde el periodista saca la información para realizar su trabajo. Existen dos tipos de fuentes: la primaria, que son todas aquellas personas que entregan datos al reportero por medio de una entrevista, y las secundarias, también llamadas bibliográficas, que se refieren a los bancos de datos, bibliotecas, fichas o antecedentes recopilados previamente.

Imagen Corporativa: Se refiere a cómo se percibe una compañía. Es una imagen generalmente aceptada de lo que una compañía "significa". La creación de una imagen corporativa es un ejercicio en la dirección de la percepción. Es creada sobre todo por los expertos de marketing en conjunto con los de comunicación que utilizan las relaciones públicas, campañas comunicacionales, y otras formas de promoción para sugerir un cuadro mental al público.

Manual de Procedimientos: Es el documento que contiene la descripción de actividades que deben seguirse en la realización de las funciones de una unidad administrativa.

Medios de Comunicación: Se hace referencia al instrumento o forma de contenido por el cual se realiza el proceso comunicacional o comunicación. Usualmente se utiliza el término para hacer referencia a los medios de comunicación masivos.

Mensaje: El mensaje es el objeto central de cualquier tipo de comunicación que se establezca entre dos partes, el emisor y el receptor. Si bien en general se relaciona la idea de mensaje con mensajes escritos, hoy en día la variedad de mensajes y estilos comunicativos posibles es ciertamente infinito y hace que los individuos podamos mantener contacto con otras personas

Página Web: (en inglés Web page). Archivo disponible en la World Wide Web o que tiene el formato necesario para aparecer en ella. Visualmente se muestra en la pantalla del ordenador como si fuera una página.

Plan de Comunicación: Esqueleto o base que permite practicar una comunicación institucional profesional. Permite que la comunicación desarrollada por la entidad responda a criterios profesionales, a una metodología y un planteamiento estratégico.

Planeación Estratégica: Esta consiste en definir por parte de los responsables de una empresa las estrategias y políticas de la empresa u organización para cumplir con los objetivos en un período determinado, estos pueden ser a corto, mediano o a largo plazo.

Protocolo: Conjunto de reglas de formalidad que rigen los actos y ceremonias diplomáticas y oficiales. Conjunto de reglas de cortesía que se siguen en las relaciones sociales y que han sido establecidas por costumbre.

Público Externo: Son aquellas personas que interactúan con la organización pero no pertenecen a ella.

Público Interno: Son todas aquellas personas que pertenecen a la organización (relación de dependencia laboral).

Público Objetivo: Este término se utiliza habitualmente en publicidad para designar al destinatario ideal de una determinada campaña, producto o servicio.

Relaciones Públicas: Se trata de la filosofía de organización que se traduce en una serie de acciones de comunicación, generalmente de carácter informativo,

cuyo objetivo general es crear o modificar actitudes, creencias o conductas del público objetivo.

Spark: Es un cliente para mensajería instantánea, multi plataforma optimizado para empresas y organizaciones.

Target: Destinatario ideal de una determinada campaña, producto o servicio.

Técnica: Se designa con la palabra técnica a aquel procedimiento que normalmente está compuesto por una serie de reglas o protocolos y que tiene como misión última lograr un determinado resultado en una tarea o actividad que puede estar asociada a diversos ámbitos.

Trabajo en equipo: Se denomina trabajo en equipo a la mutua colaboración de personas a fin de alcanzar la consecución de un resultado determinado. Desde esta perspectiva, el trabajo en equipo puede hacer referencia a determinados deportes, a la cooperación con fines económicos o sociales, a las iniciativas que se toman en forma conjunta en el área de la política, etc.

BIBLIOGRAFIA

- Smith, 1995,p. 33, en Lucas, 1997
- Memoria de Labores, 2004, Municipalidad de Guatemala
- Memoria de Labores, 2002, Municipalidad de Guatemala, Administración Municipal, Fritz García-Gallont
- Folleto ¿Qué es una Municipalidad? Administración Alvaro Arzú, 2004-2008, Municipalidad de Guatemala
- Presentación Power Point, 2012, Dirección de Comunicación Social, Municipalidad de Guatemala
- Acuerdo de Alcaldía No. AA-77-2004, Alvaro Enrique Arzu Irigoyen, Alcalde Municipal, Guatemala Diciembre de 2004.
- Brandolini, Andrea y González Frígoli, Martín (2009). Comunicación interna, claves para una gestión exitosa. La Crujía, Buenos Aires.

EGRAFIA

- <http://www.matrizfoda.com/>
- www.muniquate.com
- (<http://www.undp.org>)
- (<http://www.fundacioncrecerguatemala.org>)
- <http://www.gestiopolis.com/Canales4/ger/comuninter.htm>
- http://www.feaps.org/biblioteca/libros/documentos/comunicacion_interna.pdf
- http://biblioteca.usac.edu.gt/EPS/07/07_0590.pdf
- <http://www.marketing-xxi.com/la-comunicacion-interna-119.htm>
- <http://disenosocial.org/que-es-comunicacion-social/>
- <http://www.rppnet.com.ar/>
- <http://conocimiento.incae.edu/>
- <http://www.relacionadorpublico.com/>

ANEXOS

Modelo de la encuesta



Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencias de la Comunicación
EPS Licenciatura



1. ¿Qué función tiene la Dirección de Comunicación Social dentro de la Institución?

2. ¿Cuáles son sus atribuciones dentro de la Dirección de Comunicación Social?

3. ¿Tiene conocimiento de las actividades que realiza la Dirección de Comunicación Social?

Si

No

4. ¿Qué debilidades de Comunicación afronta la Dirección de Comunicación Social?

5. ¿Cumple el Departamento de Comunicación Social su función de crear y mantener una buena imagen para la Institución Municipal?

Si

No

6. ¿Cuáles pueden ser los canales o actividades que promueva la Dirección para mantener una buena comunicación interna?

7. ¿Considera que recibe la información necesaria y útil por parte de sus superiores y otros departamentos de la institución, para desarrollar efectivamente su trabajo?

Si

No

8. ¿Cuenta con una descripción de su cargo por escrito y actualizada?

Si

No

Matriz o vaciado de las encuestas

¿Qué función tiene la Dirección de Comunicación Social dentro de la Institución?

No sabe	2
Velar por la imagen de la Institución	5
Atención a medios de Comunicación	7
Informar a la población	16

¿Cuáles son sus atribuciones dentro de la Dirección de Comunicación Social?

Prensa	5
Página Web	6
Protocolo y Eventos	2
Diseño y Fotografía	5
Financiero	2
Revista TransMetro	4
Administrativo	5
No indico	1

¿Tiene conocimiento de las actividades que realiza la Dirección de Comunicación Social?

Si	26
No	2
A veces	2

¿Qué debilidades de Comunicación afronta la Dirección de Comunicación Social?

Falta de Comunicación	20
No hay ninguna debilidad	2
Falta de trabajo en equipo	5
Poca cobertura de medios	1
No contesto	2

¿Cumple el Departamento de Comunicación Social su función de crear y mantener una buena imagen para la Institución Municipal?

Si	27
No	3

¿Cuáles pueden ser los canales o actividades que promueva la Dirección para mantener una buena comunicación interna?

Carteleras	4
Reuniones Semanales	20
No contesto	2
Boletín	3
Correos interno	7

¿Considera que recibe la información necesaria y útil por parte de sus superiores y otros departamentos de la institución, para desarrollar efectivamente su trabajo?

Si	15
No	13
A veces	2

¿Cuenta con una descripción de su cargo por escrito y actualizada?

Si	10
No	20