

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



**“ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN PARA MEJORAR
LA COMUNICACIÓN VISUAL EXTERNA DE LA ALCALDÍA
AUXILIAR B JARDINES DEL ROSARIO, KM 16.5 CARRETERA
AL ATLANTICO”**

ESTEBAN ESTUARDO ROMERO ALVAREZ

Licenciado En Ciencias de La Comunicación

Guatemala, Noviembre 2015

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 figure of a man in a red and white robe, possibly a saint or scholar, holding a book. Above him is a golden mitre. The seal is surrounded by a circular border containing the Latin motto "CÆTERAS ORBIS CONSPICUA CAROLINA AC ACADEMIA COACTEMALENSIS INTER".

**“ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN PARA MEJORAR
LA COMUNICACIÓN VISUAL EXTERNA DE LA ALCALDÍA
AUXILIAR B JARDINES DEL ROSARIO, KM 16.5 CARRETERA
AL ATLANTICO”**

Informe Final del Ejercicio Profesional Supervisado –EPS- Licenciatura

ESTEBAN ESTUARDO ROMERO ALVAREZ

Previo a optar el título de:

Licenciado en Ciencias de la Comunicación

Guatemala, Noviembre 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

Representantes de Egresados

Lic. Michael Gonzáles Bátres

Representantes Estudiantiles

Pub. Joseph Mena

Pub. Carlos León

Coordinador de EPS

Lic. Luis Pedroza Gaytán

Supervisor de EPS

Lic. Fernando I. Flores Barrios



Guatemala, 08 de octubre de 2015

Lic. 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 Hugo del Cid, esperando que sus actividades se desarrollen con éxito.

Por medio de la presente, hacemos constar que **Esteban Estuardo Romero Álvarez** quién se identifica con DPI **1692-83380-0101** y numero de carné **200820604** 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; realizo el Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura en esta entidad específicamente, en **Alcaldía Auxiliar "B" Jardines del Rosario, Zona 18**, cumpliendo con 300 horas efectivas de práctica que comprendió del **05 de mayo al 08 de Julio** del año en curso.

Realizando durante el tiempo estipulado actividades en base al proyecto **"Estrategia para mejorar la comunicación visual externa de la Alcaldía auxiliar B"**, todo con el material comunicacional respectivo debidamente entregado y recibido por la Alcaldía. Por lo cual manifestamos entera satisfacción respecto al trabajo del ~~epesista~~ ~~epesista~~.

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

Atentamente,

Hugo del Cid
Comunicador Social



Regencia Norte, Municipalidad de Guatemala



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

Guatemala, 23 de octubre de 2015

Estudiante
Esteban Estuardo Romero Álvarez
Carné: 200820604
Escuela de Ciencias de la Comunicación, USAC

De mi consideración:

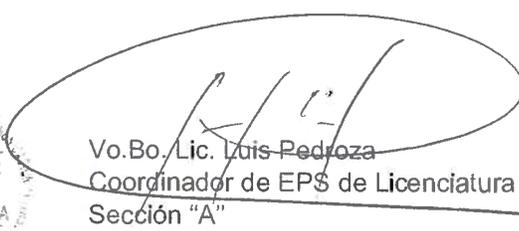
Por este medio informo a usted, que he revisado el Informe Final del Proyecto de EPS de Licenciatura con título: "ESTRATEGIA PARA MEJORAR LA COMUNICACIÓN VISUAL EXTERNA DE LA ALCALDÍA AUXILIAR B"

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"


Lic. Fernando Flores
Supervisor 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

A DIOS:

Por su infinita misericordia tuve la oportunidad iniciar y culminar mi carrera profesional, dando las gracias por todas las bendiciones recibidas a lo largo de estos años siendo mi guía espiritual y guiándome por el buen camino.

A MI PAPA:

Felipe Romero, por haber tenido la dicha de haberme apoyado a lo largo de toda mi carrera profesional, por haber sido un gran ejemplo en mi vida y que gracias a Él no estaría en este punto de mi vida, por sus enseñanzas, por su paciencia y su esfuerzo al día de hoy doy gracias a Dios por darme un gran papa al que amo con todo el corazón y ser fuente de inspiración y ejemplo, de que en esta vida lo que uno se propone, todo es posible.

A MI MAMA:

Catalina de Romero, por su dedicación y enseñanza, por su amor único de madre, por apoyarme en todo momento, por enseñarme a no rendirme y darme animo en los momentos buenos y malos, doy gracias a Dios por tener a una madre luchadora que me enseña que hay soluciones para las cosas y ser fuente de inspiración para seguir adelante.

A MIS HERMANOS:

Paola, Andrés, Obed, Jessenia, por ser esa mano de fuerza en los momentos malos y buenos y ayudarme en los mínimos detalles, y amor que me regalan a Diario

A MI NOVIA:

Madelyn, por esa mano amiga y ese amor incondicional que me regala a Diario, por su apoyo, dedicación y cariño, por enseñarme a través de su ejemplo de perseverancia todo se puede lograr con mucho trabajo y dedicación.

A MIS PROFESORES:

Por ser mi guías académicos, ya que de ellos pude aprender a nivel profesional.

A MI LUGAR DE EPS:

Alcaldía Auxiliar “B” Jardines del Rosario que me brindaron la oportunidad de desarrollar mis conocimientos de acuerdo a sus necesidades comunicacionales depositando en mí su confianza.

A LA ESCUELA:

De Ciencias de la Comunicación, por ser la base de mi profesión y aprender de ellos y su entorno.

A LA UNIVERSIDAD:

De San Carlos de Guatemala, por si casa de estudios y el lugar de donde aprendí mucho y por permitirme estar en dicho lugar.

RESUMEN

Universidad:	San Carlos de Guatemala
Unidad Académica:	Escuela de Ciencias de la Comunicación
Título:	Informe final del Ejercicio Profesional “ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN PARA MEJORARLA COMUNICACIÓN VISUAL EXTERNA DE LA ALCALDÍA AUXILIAR B JARDINES DEL ROSARIO, KM 16.5 CARRETERA AL ATLANTICO”
Problema Investigado:	Carencias en el departamento de Comunicación con la divulgación de las actividades y/o proyectos que tiene la Alcaldía a nivel externo.
Instrumentos utilizados para la obtención de datos e información:	Entrevistas, Observación directa y recolección de material comunicacional.
Resultados y Conclusiones:	Difundir de una forma clara y concreta bajo una Línea Gráfica las funciones y las actividades sociales con las que cuenta la Alcaldía, Optimización la relación Entre usuario y entidad, Mostrar a través de diferentes tipos de contenido que abarca la comunicación visual, las actividades y los programas sociales que posee la Alcaldía.

RESUMEN	VII
INTRODUCCIÓN	XI
JUSTIFICACIÓN	XII

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO COMUNICACIONAL	1
1.1. OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO	1
1.1.1. Objetivos Generales	1
1.1.2. Objetivos Específicos	
1.2. LA INSTITUCIÓN	1
1.2.1. Ubicación	2
1.2.2. Integración y/o alianzas estratégicas	2
1.2.3. Antecedentes o Historia	2
1.2.4. Departamentos o Dependencias	3
1.2.5. Misión	3
1.2.6. Visión	3
1.2.7. Objetivos Institucionales	3
1.2.8. Público Objetivo	4
1.2.9. Organigrama	5
1.3 METODOLOGÍA	6
1.3.1. Descripción del Método	6
1.3.2. Técnicas e Instrumentos de Recolección	6
1.3.3. Cronograma de Diagnóstico	7
1.4. RECOPIACIÓN DE DATOS	8
1.4.1 Ficha de Entrevistas	8
1.4.2. Resultados de las Entrevista	9
1.4.3. Tablas Comparativas, Puntos de encuentros y disensos entre entrevistados	9-13

1.5. RADIOGRAFÍA DE LA INSTITUCIÓN FODA	13
1.5.1. Fortalezas	14
1.5.2. Oportunidades	14
1.5.3. Debilidades	14
1.5.4. Amenazas	14
CAPITULO II	
2. PLAN DE COMUNICACIONAL	15
2.1. ANTECEDENTES COMUNICACIONALES	15
2.2. OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN	16
2.2.1. Objetivo General	16
2.2.2. Objetivos Específicos	16
2.3. PÚBLICO OBJETIVO	17
2.4. MENSAJE	17
2.5. ESTRATEGIA	18
2.6. ACCIONES DE COMUNICACIÓN	19-23
CAPITULO III	
3. INFORME DE EJECUCIÓN “Estrategia de Comunicación para mejorar la comunicación visual externa de la Alcaldía Auxiliar “B” Jardines del Rosario, Km 16.5 Carretera al Atlántico”	24
3.1. PROYECTO DESARROLLADO	24
3.1.1. Financiamiento	24
3.1.2. Presupuesto	24-25
3.1.3. Beneficiarios	26
3.1.4. Recursos Humanos	26
3.1.5. Áreas Geográficas de Acción	26-27

3.2. ESTRATEGIAS Y ACCIONES DESARROLLADAS	28
• 3.2.1. Estrategia de comunicación para mejorar la comunicación visual externa de la Alcaldía Auxiliar Zona 18 Sede Jardines del Rosario	28-31
• Creación de Videos institucionales para promover las Actividades	32
• Diagramación y Propuesta para la realización de la Revista de la feria Patronal de la Comunidad El Chato	32-34
• Logo de identificación de la comunidad de El Chato y su Hoja membretada	35
3.2.2. Acciones Desarrolladas	36-38
• LINEA GRAFIA	36-38
• VIDEO INSTITUCIONAL	39
• PROPUESTA DE REVISTA	40-41
3.3. CRONOGRAMA DEL PLAN DE ACTIVIDADES	42-43
3.4 CONTROL Y SEGUIMIENTO	44
CONCLUSIONES	45
RECOMENDACIONES	46
GLOSARIO	47-48
E-GRAFÍA	49
ANEXOS	50
Transcripción entrevista	50-55
Fotografía (propuesta revista)	56-64

INTRODUCCIÓN

El presente informe contiene un Diagnóstico, un Plan de Comunicación y una Ejecución del Plan, para la Alcaldía Auxiliar “B” Km 16.5 Carretera al Atlántico, Lote 11 Manzana 6, Jardines del Rosario, Zona 18.- Un Diagnóstico de Comunicación puede definirse como una forma de conocer el funcionamiento o el estado en que se encuentra la organización en sus sistemas de comunicación.

En el informe se muestra de manera objetiva el diagnóstico realizado en la Alcaldía Auxiliar “B” Zona 18 en donde se da a conocer la historia de su funcionamiento desde el 2013 y en el cual no cuenta con una extensión del departamento de Comunicación Social, el cual este departamento se encuentra en la Regencia Norte ubicada en el Centro Comercial Los Álamos, Zona 18 Ciudad, y así no se tenga una comunicación constante con los diferentes canales de que existen en la comunicación, con los 59 Comités únicos de Barrio organizados en este sector de la Alcaldía.

Como parte de esta investigación se llevó a cabo una radiografía en cual presenta las percepciones de los miembros de la Alcaldía en cuanto a los canales comunicación y como creen ellos que los comunicados de obras realizadas y por realizar, actividades, etc., son empleadas por la Alcaldía y si informan a la mayoría de vecinos en esta localidad.

El plan de comunicación sirve para brindar una propuesta de varias acciones de comunicación en base a las necesidades y datos recopilados a lo largo de esta etapa y se busca crear una estrategia de comunicación social, para mejorar la Comunicación Visual Externa y de su Red Social FB, de la Alcaldía Auxiliar “B”, Km 16.5 Carretera al Atlántico, Lote 11 Manzana 6, Jardines del Rosario.

JUSTIFICACIÓN

El diagnóstico, el plan de comunicación y ejecución en correspondencia se justifica en la necesidad de evaluar cómo se encuentra el proceso de Comunicación y de publicidad de la Alcaldía Auxiliar “B” Zona 18 ya que no cuenta con una extensión de un Departamento de Comunicación Social que brinde estrategias de comunicación que le permita afrontar con éxito a este sector.

Así mismo considero que se necesita un proyecto que le brinde a esta institución, un mejoramiento en su imagen institucional, en su comunicación visual externa y en el manejo de su red social Facebook, ya que sabemos que la comunicación juega un papel muy importante en este tiempo, ya que existen varios canales de comunicación y así mismo varias respuestas en cuanto a los mensajes que se lanzan.

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO COMUNICACIONAL

1.1. OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO

1.1.1. Objetivos Generales:

Realizar un diagnóstico de la Alcaldía Auxiliar “B”, con el propósito de evidenciar debilidades y fortalezas, conocer los diferentes canales de Comunicación de la Alcaldía Auxiliar la publicidad empleada y saber cómo proporcionan la información de los proyectos y actividades, así mismo también diagnosticar la imagen institucional, la comunicación visual externa y posteriormente elaborar un plan de comunicación para erradicar los problemas.

1.1.2. Objetivos Específicos:

- Diagnosticar los antecedentes y situación actual de la Alcaldía Auxiliar en base a su imagen institucional y la comunicación en la Red Social Facebook.
- Determinar la Comunicación visual externa, las debilidades y fortalezas de la Alcaldía Auxiliar, a la hora de emitir sus comunicados en la Red Social Facebook
- Proponer un Plan de Comunicación para mejorar la Comunicación Visual Externa y línea gráfica de sus publicaciones en la Red Social Facebook.

1.2 INSTITUCIÓN:

Alcaldía Auxiliar “B” Municipalidad de Guatemala

1.2.1 UBICACIÓN:

Km 16.5 Carretera al Atlántico, Lote 11 Manzana 6, Jardines del Rosario, Zona 18

1.2.2 INTEGRACIÓN Y/O ALIANZAS ESTRATEGICAS:

- Desarrollo Social
- Empagua
- Regencia Norte Municipalidad de Guatemala
- Dirección Administrativa
- Comunicación Social
- PMT
- Catastro
- Ministerio de medio ambiente
- Oficina de Salud
- Oficina de Riesgos (CONRED)
- Secretaria de Asuntos Sociales de la Esposa del Alcalde

1.2.3 Antecedentes o Historia:

De acuerdo a los antecedentes El Alcalde Álvaro Arzú en 2011 delegó poder a un Regente para el norte de la Ciudad de Guatemala quien tiene todas la facultades para resolver los asuntos Municipales en este sentido este nuevo funcionario comanda los Asuntos Municipales para la Zonas 17, 18, 24 y 25 con competencias en las dependencias municipales, servicios de agua, tránsito, transporte y policía Municipal, debido al enorme sector que acapara la Regencia Norte y debido a las necesidades que necesitaba cubrir la Regencia Norte, en 2013 se creó La Alcaldía Auxiliar “B” Km 16.5 Carretera al Atlántico, Lote 11 Manzana 6, Jardines del Rosario, Zona 18, con el fin de liberar y así beneficiar a los vecinos del área norte de la ciudad, con el Apoyo de la Licenciada Ingrid Escobar.

La Alcaldía Auxiliar “B” cubre lo que es el área de la Zona 25 y parcialmente la Zona 18 el cual con 59 comités únicos de Barrio busca trabajar, la atención al vecino y la organización comunitaria para una ciudad para vivir.

La Alcaldía Auxiliar es un vínculo entre los vecinos y el gobierno municipal, que busca dar espacios a los ciudadanos para promover iniciativas destinadas a mejorar la calidad de vida de su zona.

1.2.4. Departamentos o Dependencias:

Actualmente la Alcaldía maneja diferentes Departamentos los cuales consta de: **Oficina de Desarrollo Social, Oficina de Riesgos haciendo una alianza estratégica con la CONRED, PMT (Policía Municipal de Transito); y la Dirección Administrativa.**

1.2.5. Misión:

Contribuir con la atención al vecino, mediante a los proyectos que se integran en las diferentes comunidades pertenecientes a la Alcaldía Auxiliar.

1.2.6. Visión:

Planificar el Desarrollo sostenible, la educación, cuidar el medio ambiente para construir una ciudad para vivir.

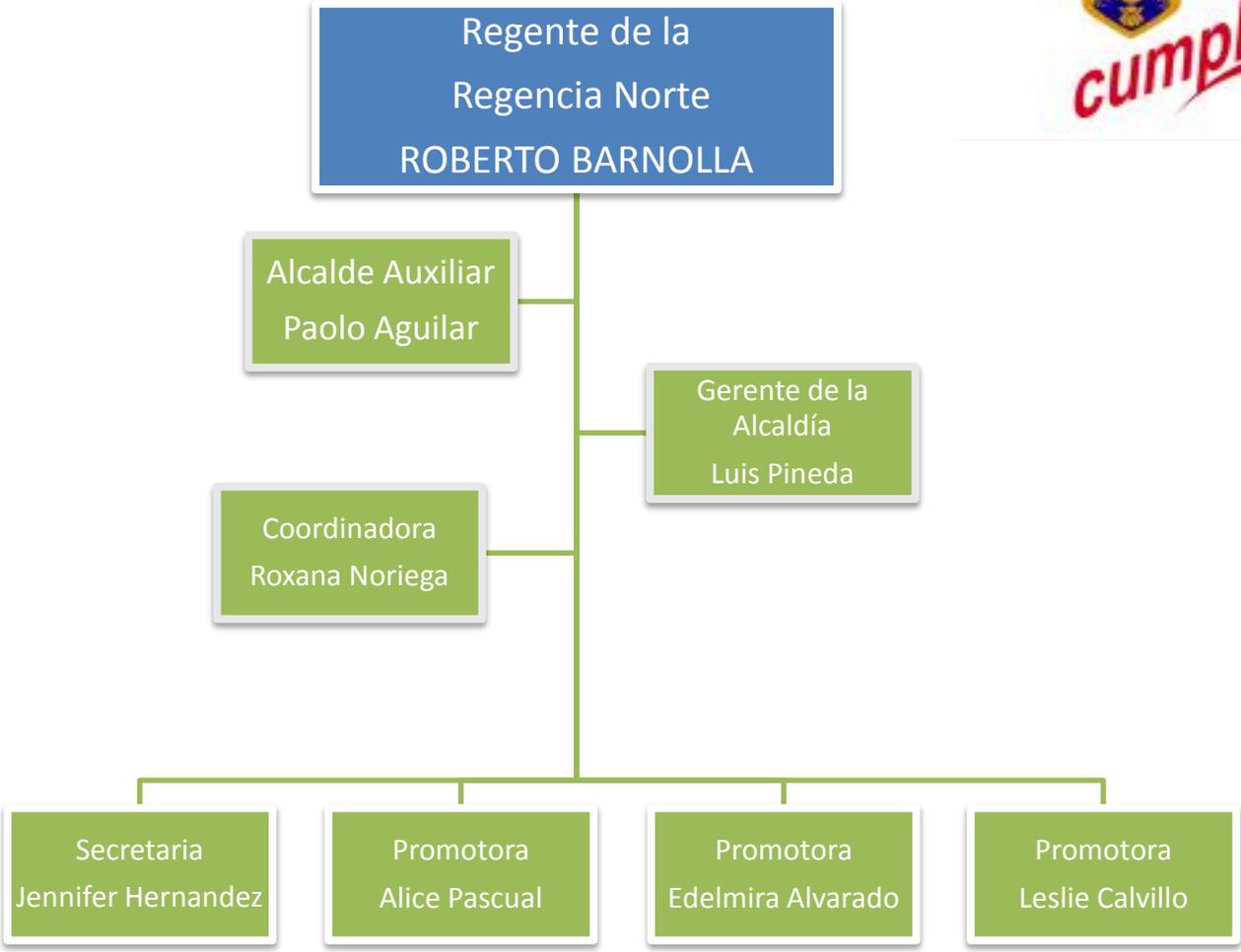
1.2.7. Objetivos Institucionales:

- La Alcaldía Auxiliar “B” de la Municipalidad de Guatemala es un vínculo entre los vecinos y el gobierno municipal, que busca dar espacios a los ciudadanos para promover iniciativas destinadas a mejorar la calidad de vida de su zona.
- Trabajar en limpieza, infraestructura y reordenamiento vial, atención de niños en riesgo y otras acciones que velan por el bienestar de los vecinos de la ciudad.

1.2.8. Público Objetivo:

- El público objetivo de la alcaldía Auxiliar abarca a todos los ciudadanos que residan entre la zona 18 y zona 24 ya que cuentan con espacios para promover actividades con toda la población, ya sea para mujeres, hombres, jóvenes, etc.

1.2.9. Organigrama:



1.3. METODOLOGÍA

1.3.1 Descripción del Método:

Para la elaboración del diagnóstico comunicacional de la Alcaldía Auxiliar “B”, se utilizará el método científico, el cual será de utilidad para la obtención de resultados deseables.- A su vez fue descriptiva, a través de la observación, dirigida a los colaboradores que pertenecen a la Institución. Dentro de este método se emplearan las siguientes técnicas de recolección de información:

1.3.2. Técnicas e Instrumentos de Recolección:

- ***Entrevistas***

Esta técnica permitirá recolectar la información necesaria mediante detalles minuciosos de una conversión de la organización, se elaboraron entrevistas para cada uno de los colaboradores de la institución.

- ***Observación Directa***

La observación directa será de mucha utilidad para detectar los procesos de comunicación e imagen de la institución.

- ***Análisis de las redes de Comunicación***

Esta técnica permitirá el análisis de la estructura comunicacional que posee la institución, la efectividad que tiene y asimismo evaluar las barreras de comunicación con la difusión de los mensajes informativos hacia la población.

1.3.3. Cronograma de Diagnóstico

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES DEL DIAGNOSTICO COMUNICACIONAL



ACTIVIDAD	FEBRERO							MARZO	
	3	6	9	19	26	27	28	2	3
Entrega de Carta de solicitud de EPS a la Alcaldía Auxiliar "B" zona 18.									
Recepción de Carta de aceptación de la Alcaldía Auxiliar "B".									
Entrega de carta de aceptación a la Oficina del EPS, y firmada de recibida.									
Inicio de Diagnostico en la Alcaldía Auxiliar conociendo a todos los integrantes que la componen.									
Aplicación de los instrumentos de Diagnóstico para recabar información como lo fue la guía de entrevista y observación.									
Realización de las entrevistas a los colaboradores de la entidad.									
Análisis e interpretación de datos para elaboración del diagnóstico correspondiente.									

1.4. RECOPIACIÓN DE DATOS

1.4.1 Ficha de Entrevistas:

Entrevistado: Roxana Noriega (Coordinadora Alcaldía Auxiliar)

Fecha: 19 de Febrero de 2015

Hora: 11.20 A.M.

Objetivos: Conocer la situación comunicacional de la Alcaldía Auxiliar y si conocen las formas que existen para comunicar actualmente, para informar a los vecinos recopilación de información sobre el Organismo.

Entrevistado: Luis Pineda (Gerente de la Alcaldía)

Fecha: 26 de Febrero de 2015

Hora: 12:00 P.M.

Objetivos: Conocer la situación comunicacional de la Alcaldía Auxiliar y si conocen las formas que existen para comunicar actualmente, para informar a los vecinos e informarse entre los integrantes de la organización.

Entrevistado: Alice Pascual (Promotora)

Fecha: 28 de Febrero de 2015

Hora: 11:00 A.M.

Objetivos: Conocer la situación comunicacional interna y externa de la Alcaldía Auxiliar y si conocen las formas que existen para comunicar actualmente, para informar a los vecinos.

Entrevistado: Edelmira Alvarado (Promotora)

Fecha: 28 de Febrero de 2015

Hora: 11:20 A.M.

Objetivos: Conocer la situación comunicacional de la Alcaldía Auxiliar y si conocen las formas que existen para comunicar actualmente, para informar a los vecinos.

Entrevistado: Leslie Calvillo (Promotora)

Fecha: 28 de Febrero de 2015

Hora: 12:00 P.M.

Objetivos: Conocer la situación comunicacional de la Alcaldía Auxiliar y si conocen las formas que existen para comunicar actualmente, para informar a los vecinos.

1.4.2. Resultados de las Entrevistas

La Alcaldía Auxiliar “B” es una institución, un vínculo entre los vecinos y el gobierno municipal, que busca dar espacios a los ciudadanos para promover iniciativas destinadas a mejorar la calidad de vida de su zona, y para informar sobre este mismo se han encontrado los siguientes resultados:

- Para la divulgación de la información correspondiente, las reuniones presenciales con los 59 comités únicos de barrio una vez al mes. Los medios digitales más utilizados son: la página web de la Regencia Norte, y el Perfil de FB de la Alcaldía Auxiliar.
- La comunicación se limita solo a publicaciones del Perfil de la Red social de FB, y no cuenta con una cartelera que informe a los vecinos que no cuentan con una Red

Social o en su defecto un teléfono inteligente para poder revisar las constantes actualizaciones de FB.

- La mayoría de la gente no se entera de los proyectos o actividades ya que por no poseer una cuenta FB no se enteran de las misma, creo que la comunicación visual es muy importante ya que la creatividad o las líneas gráficas son una herramienta para crear nuevas soluciones y activación de las masas.
- Se necesita nuevas formas para comunicar, para tener un contacto masivo, para identificar los problemas de las comunidades conformadas y para lograr el Desarrollo de la Municipalidad.
- No se invierte mucho en la Publicidad gráfica, el cual es una herramienta más para comunicar a las masas.

1.4.3. Tablas Comparativas, Puntos de encuentros y disensos entre entrevistados:

- Roxana Noriega Coordinadora Alcaldía Auxiliar

ASPECTOS POSITIVOS	ASPECTOS NEGATIVOS
Reunión una vez al mes con los 59 comités de barrio para informar de actividades y de proyectos en sus comunidades.	
	No existe una persona encargada de transmitir la información de forma continua.
Posee un Medio masivo de información.	
Se transmite información sobre los proyectos realizados y por realizar.	
Información Clara.	
Información completa.	

- **Luis Pineda (Gerente) Alcaldía Auxiliar**

ASPECTOS POSITIVOS	ASPECTOS NEGATIVOS
	Reunión una vez al mes con los 59 comités de barrio para informar de actividades y de proyectos en sus comunidades.
	No existe una persona encargada de transmitir la información de forma continua.
Posee un Medio masivo de información.	
Se transmite información sobre los proyectos realizados y por realizar.	
	No existe un presupuesto fijo destinado a la divulgación de información ya que la Regencia Norte es el encargado de transmitir esta información en el Perfil de la Alcaldía en las Redes sociales.

- **Alice Pascual (Promotora) Alcaldía Auxiliar**

ASPECTOS POSITIVOS	ASPECTOS NEGATIVOS
Reunión una vez al mes con los 59 comités de barrio para informar de actividades y de proyectos en sus comunidades.	Reunión una vez al mes con los 59 comités de barrio para informar de actividades y de proyectos en sus comunidades.
	No existe una persona encargada de transmitir la información de forma continua.
Se transmite información sobre los proyectos realizados y por realizar.	

- **Edelmira Alvarado (Promotora) Alcaldía Auxiliar**

ASPECTOS POSITIVOS	ASPECTOS NEGATIVOS
Reunión una vez al mes con los 59 comités de barrio para informar de actividades y de proyectos en sus comunidades.	Reunión una vez al mes con los 59 comités de barrio para informar de actividades y de proyectos en sus comunidades.
	No existe una persona encargada de transmitir la información de forma continua.
Se transmite información sobre los proyectos realizados y por realizar.	

- **Leslie Calvillo (Promotora) Alcaldía Auxiliar**

ASPECTOS POSITIVOS	ASPECTOS NEGATIVOS
Reunión una vez al mes con los 59 comités de barrio para informar de actividades y de proyectos en sus comunidades.	Reunión una vez al mes con los 59 comités de barrio para informar de actividades y de proyectos en sus comunidades.
	No existe una persona encargada de transmitir la información de forma continua.
Se transmite información sobre los proyectos realizados y por realizar.	

1.5. RADIOGRAFÍA DE LA INSTITUCIÓN

La matriz FODA es una herramienta de análisis que puede ser aplicada a cualquier situación, individuo, producto, empresa, etc., que esté actuando como objeto de estudio en un momento determinado del tiempo.

Es como si se tomara una “radiografía” de una situación puntual de lo particular que se esté estudiando. Las variables analizadas y lo que ellas representan en la matriz son particulares de ese momento. Luego de analizarlas, se deberán tomar decisiones estratégicas para mejorar la situación actual en el futuro.

El análisis FODA es una herramienta que permite conformar un cuadro de la situación actual del objeto de estudio (persona, empresa u organización, etc.) permitiendo de esta manera obtener un diagnóstico preciso que permite, en función de ello, tomar decisiones acordes con los objetivos y políticas formulados.

De esta manera se hizo un FODA COMUNICACIONAL, detectando los siguientes puntos:

1.5.1. Fortalezas

- La Alcaldía Auxiliar “B” es una institución, un vínculo entre los vecinos y el gobierno municipal, que busca dar espacios a los ciudadanos para promover iniciativas destinadas a mejorar la calidad de vida de su zona.
- Cuenta con varias dependencias el cual ayuda a los vecinos en sus problemas de diferentes índoles.
- Realiza actividades que beneficien la calidad de vida para los vecinos ya sea de desarrollo o bienestar social.

1.5.2. Oportunidades

- Darse a conocer por los diversos medios que existen en la comunicación.
- Apoyo de la Regencia Norte para planificar proyectos del sector ya sea de infraestructura, medio ambiente, salud, bienestar social, etc.

1.5.3. Debilidades

- No hay una administración adecuada en la redes sociales ya que la Alcaldía Auxiliar “B” no cuenta con una Fan Page al contrario es un Perfil de FB y puede que no sea tendencia a seguir para sus vecinos.
- Los vecinos no se enteran de los proyectos y actividades ya que no cuentan con una cartelera para información.
- La publicación en el perfil de Alcaldía Auxiliar no cuenta con una línea gráfica publicitaria.

1.5.4. Amenazas

- Los vecinos que no dispongan de redes sociales no se enteran de las obras, proyectos y actividades que realice la Alcaldía Auxiliar.

CAPITULO II

2. PLAN COMUNICACIONAL

2.1 Antecedentes Comunicacionales:

La Alcaldía Auxiliar “B” cubre lo que es el área de la Zona 25 y parcialmente la Zona 18 el cual con 59 comités únicos de Barrio busca trabajar, la atención al vecino y la organización comunitaria para una ciudad para vivir.

La Alcaldía Auxiliar es un vínculo entre los vecinos y el gobierno municipal, que busca dar espacios a los ciudadanos para promover iniciativas destinadas a mejorar la calidad de vida de su zona.

La comunicación visual externa y de la Red Social Facebook con la que esta entidad cuenta se limita ya que no es suficiente o no se le administra de la mejor manera ya que se realizan actividades para los ciudadanos del sector, pero a las actividades no se les realiza una publicación con una línea gráfica adecuada para que se le dé una mejor explotación a este recurso de la comunicación visual y tal vez no se logre el alcance total a todos los ciudadanos ya que no se cuenta también con una cartelera oficial para que los ciudadanos que no tengan o no dispongan de esta Red Social por diferentes situaciones no se enteren.

2.2 OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN

2.2.1 Objetivo General:

Aplicar una estrategia de comunicación social, para mejorar la Comunicación Visual Externa y de su Red Social FB, de la Alcaldía Auxiliar “B”, Km 16.5 Carretera al Atlántico, Lote 11 Manzana 6, Jardines del Rosario.

2.2.2 Objetivos Específicos:

- Difundir de una forma clara y concreta bajo una Línea Gráfica las funciones y las actividades sociales con las que cuenta la Alcaldía Auxiliar “B” Jardines del Rosario.
- Optimizar la relación entre usuario y entidad.
- Mostrar a través de diferentes tipos de contenido que abarca la comunicación visual, las actividades y los programas sociales que posee la Alcaldía.

2.3 PÚBLICO OBJETIVO

GEOGRÁFICO	
Región	Región Norte: Zona 25, zona 18 parcialmente.
DEMOGRÁFICO	
Edad	Todo público que se beneficie con los proyectos y programas sociales que realice la Alcaldía Auxiliar.
Género	Femenino - Masculino
Ocupación	Estudiantes, Amas de Casa, Trabajadores, Emprendedores.
PSICOLÓGICO	
Personalidad	Dinámicos, Organizados, críticos, sociales comunicativos.
Estilo de vida	Activos, emprendedores, trabajadores, estudiosos, aprovechan la tecnología

2.4 MENSAJE

“ALCALDIA AUXILIAR VELANDO POR TU BIENESTAR ¡CUMPLE!”

“ALCALDIA AUXILIAR ¡CUMPLE!”

2.5 ESTRATEGIAS

- Creación de una cartelera para colgar los Anuncios o Afiches de los Proyectos o Programas Sociales que tenga la Alcaldía Auxiliar, para que las personas que no cuentan con una Red Social o en específico la Red Social FB, se enteren de las actividades con las que cuenta la Alcaldía.
- Creación de la Línea Gráfica para mejorar la Comunicación externa de los Proyectos, Actividades y Programas Sociales con los que cuenta la Alcaldía Auxiliar para tener un mejor alcance de sus publicaciones en su Red Social Facebook.
- Creación de Videos institucionales para promover las Actividades o Programas Sociales con los que la Alcaldía Auxiliar cuenta, así también informar a los ciudadanos del sector de los proyectos que se llevan a cabo, para mejorar la Imagen Institucional de la Alcaldía Auxiliar.
- Proponer el cambio de Perfil Personal a una Página (Fan Page) en la Red Social Facebook, Los perfiles personales representan a particulares y no deben utilizarse con fines comerciales. Puedes seguir perfiles para ver actualizaciones públicas de personas que te interesan pero de las que no eres amigo. Aunque las páginas se parecen a los perfiles personales, ofrecen herramientas exclusivas para negocios, marcas y organizaciones.
- Las páginas las administran usuarios con perfiles personales. Puedes indicar que te gusta una página para ver sus actualizaciones en la sección de noticias y representa un mejor alcance de la información que la Alcaldía Auxiliar quiera transmitir a sus ciudadanos.

2.6. ACCIONES DE COMUNICACIÓN

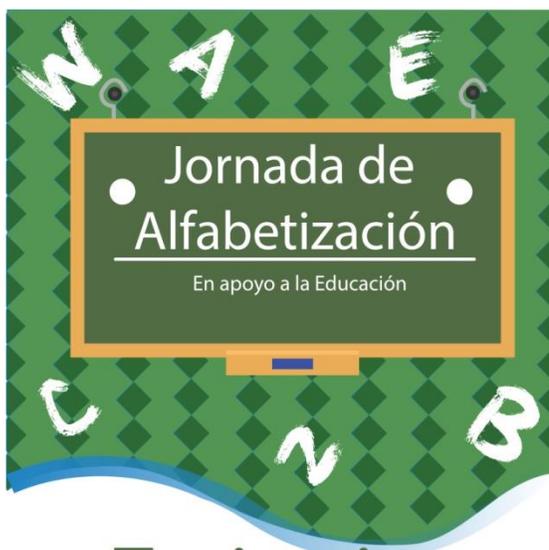
- **Cartelera de información al vecino:**

Es muy importante informar a aquellos vecinos que no cuenta con una Red Social, ya sea por no tener los recursos para obtenerla o ya sea por no ser de su propio interés, sabemos que la importancia de la colocación de este recurso sería de una gran ayuda a la Alcaldía ya que no solo será a través de la Red Social que se comuniquen con sus vecinos, si no que tendrán una forma más directa de comunicar los diferentes programas sociales, Actividades y/o proyectos de la Alcaldía Auxiliar.

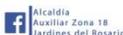


- **Línea Gráfica**

Comunicar de manera visual los proyectos, programas y actividades con las que cuenta la Alcaldía Auxiliar con el fin de generar conocimiento sobre las diferentes formas de interacción con las que cuenta el ciudadano, y es necesario reafirmar el diseño en base a líneas gráficas para la producción de la comunicación visual dirigida a afectar e influir el conocimiento, las actitudes y el comportamiento de la gente, en conjunto con la publicidad.



Te invita



Taller de Repostería

Logo de identificación
De la Alcaldía



- **Spots Publicitarios**

Elaborar comerciales que permita promocionar los proyectos realizados y por realizar para que ayude la imagen pública de la Alcaldía Auxiliar y así informar a los ciudadanos de los programas y actividades que se tengan en el mes.



- **Fan Page (Alcaldía Auxiliar)**

Proponer el cambio de Perfil Personal a una Página (Fan Page) en la Red Social Facebook, Los perfiles personales representan a particulares y no deben utilizarse con fines comerciales. Puedes seguir perfiles para ver actualizaciones públicas de personas que te interesan pero de las que no eres amigo. Aunque las páginas se parecen a los perfiles personales, ofrecen herramientas exclusivas para negocios, marcas y organizaciones. Las páginas las administran usuarios con perfiles personales. Puedes indicar que te gusta una página para ver sus actualizaciones en la sección de noticias y representa un mejor alcance de la información que la Alcaldía Auxiliar quiera transmitir a sus ciudadanos.



MEDIOS A UTILIZAR PARA CUMPLIR CON LOS OBJETIVOS Y ESTRATEGIAS PROPUESTAS
Afiches
Comerciales (spots informativos)
Volantes
Mantas Vinílicas (Arañas, Banners, etc.)

CAPITULO III

3. INFORME DE EJECUCIÓN

3.1. PROYECTO DESARROLLADO

“Estrategia de Comunicación para mejorar la comunicación visual externa de la Alcaldía Auxiliar “B” Jardines del Rosario, Km 16.5 Carretera al Atlántico”

3.1.1. Financiamiento:

El plan de comunicación ejecutado en la Alcaldía Auxiliar el 50% de la ejecución de los trabajos proviene de la Alcaldía Auxiliar financiando ellos todo el material y/o recursos que se necesitaron para realizar el plan de comunicación, el otro 50 % que se refiere a lo que es la ejecución, diseño y divulgación del plan de comunicación fue por parte del Epesista encargado del proyecto de comunicación.

3.1.2. Presupuesto:

El siguiente Presupuesto detalla los costos de la ejecución para las acciones de comunicación ya expuesto que el 50% lo financió la Alcaldía y el otro 50% lo patrocinó el Epesista a cargo de la acción de comunicación.

PRESUPUESTO DESTINADO A LOS PROYECTOS A EJECUTAR EN EL PLAN DE COMUNICACIÓN		
SERVICIO	DESCRIPCIÓN	COSTO
Línea Gráfica	Diseño de los Afiches, Banner, Revista y diferentes materiales publicitarios que se necesiten.	Q.1200.00
Línea Gráfica	Impresión de los diferentes tipos de materiales publicitarios que se necesita tomando en cuenta que un Afiche Full color se estima a un precio de Q.22.00 y una Manta vinílica se estima a un Precio de Q.45.00	Q.1500.00
Spot Publicitario	Edición por video Publicado	Q.500.00
Revista Patronal Comunidad El Chato	Diagramación de la Revista Patronal de la Comunidad El Chato	1,000.00
	TOTAL	Q.4,200.00

NOTA: El Presupuesto no cuenta para la creación de los diseños requeridos y edición de los videos ya que fue patrocinado por el epesista, pero se estima los costos actuales en el mercado.

3.1.3. Beneficiarios

Los beneficiarios y/o público objetivo son las 62 comunidades o comités únicos de barrio a los que sirve la Alcaldía Auxiliar, el cual se logró impactar con las diferentes acciones de comunicación visual expuestas al público ya descrito anteriormente.

3.1.4. Recursos Humanos

Personal	Puesto	Actividad
Roxana Noriega	Coordinadora	Encargada de la divulgación, y revisión de todo material impreso, para la distribución al público.
Luis Pineda	Gerente Financiero	Encargado de suministrar todos los materiales publicitarios para la divulgación de las actividades.
Paolo Aguilar	Alcalde Auxiliar	Revisión final del material utilizado para la divulgación.

3.1.5. Áreas geográficas de Acción

Las comunidades beneficiadas con el plan de comunicación son las 62 comunidades y sus respectivos comités únicos de barrios donde se distribuyó y divulgó la información de las actividades realizadas en sus comunidades tales como: **Cine en Tu Barrio, Teatro en tu Barrio, Marimba Orquesta, Sinfónica Municipal, etc.**

3.2. ESTRATEGIAS Y ACCIONES DESARROLLADAS

Las estrategias a continuación descritas son las que fueron ejecutadas en el plan de comunicación desarrollado para la Alcaldía Auxiliar Zona 18 “B”

Check List		
Ejecución de Proyectos		
No.	Acciones de Comunicación	Check List
1	Bocetos de Material Gráfico para los Programas y actividades	
3	Impresión y Distribución de los materiales Gráficos	
4	Edición de los Spots informativos	
5	Revista Patronal para la Comunidad El Chato para la feria patronal 02 al 07 de Dic.	

3.2.1. Estrategias desarrolladas

- **ESTRATEGIA 01:** Estrategia de comunicación para mejorar la comunicación visual externa de la Alcaldía Auxiliar Zona 18 Sede Jardines del Rosario.
- Creación de la Línea Gráfica para mejorar la Comunicación externa de los Proyectos, Actividades y Programas Sociales con los que cuenta la Alcaldía Auxiliar para tener un mejor alcance de sus publicaciones en su Red Social Facebook.
- Creación de Videos institucionales para promover las Actividades o Programas Sociales con los que la Alcaldía Auxiliar cuenta, así también informar a los ciudadanos del sector de los proyectos que se llevan a cabo, para mejorar la Imagen Institucional de la Alcaldía Auxiliar.



Figura 1: Logo de identificación Regional de la Alcaldía Auxiliar “B”



Figura 2: Manta Vinílica de 1 mt x 2 mt, colocada en la celebración del día de la madre celebrado en las instalaciones de la Alcaldía Auxiliar.



Figura 3: Afiche para actividad de Cine en tu Barrio, utilizando las medidas creativas sugeridas por la Regencia Norte de la Municipalidad de Guatemala

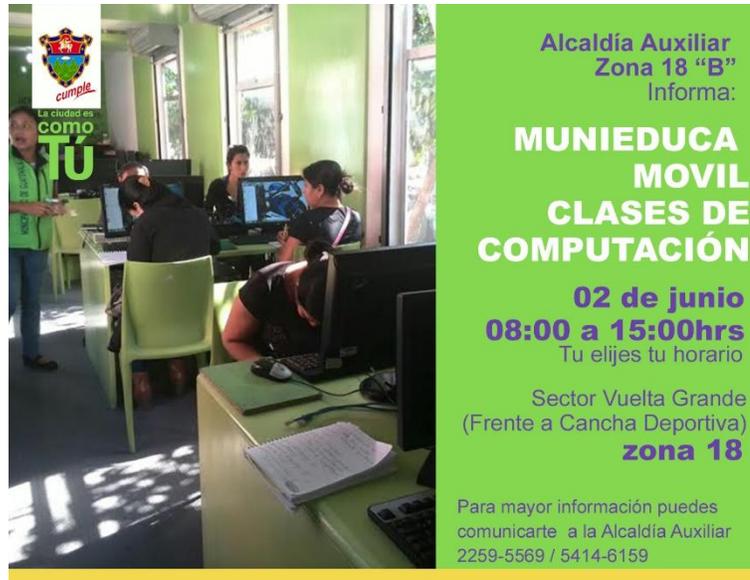


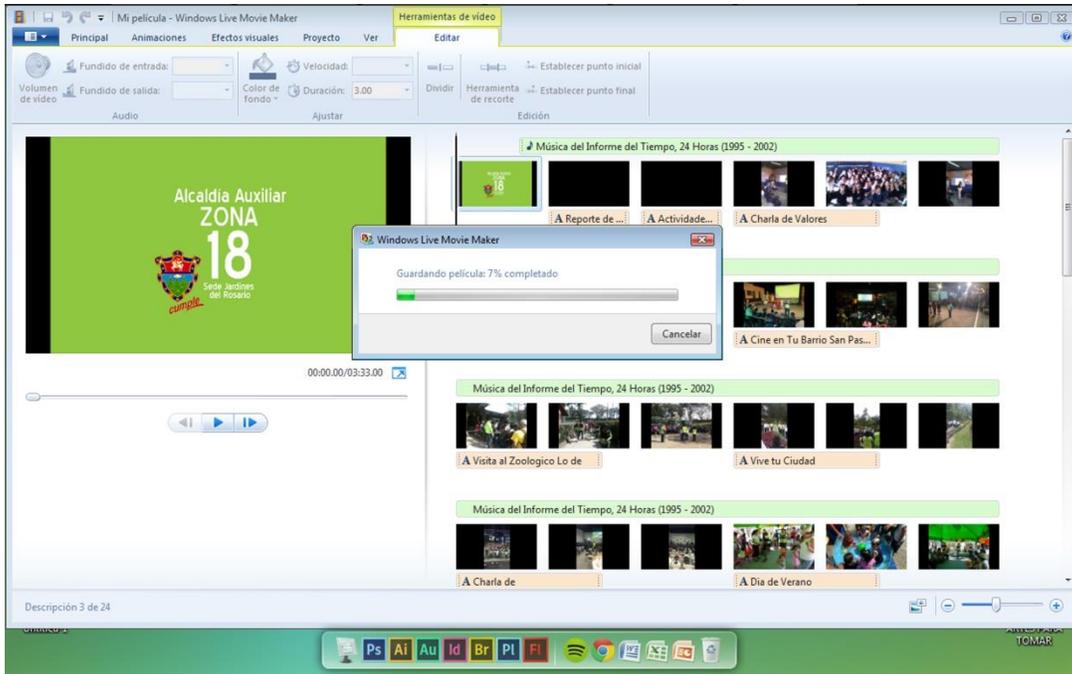
Figura 4: Afiche para actividad de Cine en tu Barrio, utilizando las medidas creativas sugeridas por la Regencia Norte de la Municipalidad de Guatemala



Figura 5: Afiche y volante para la feria de la Salud organizada por la Alcaldía Auxiliar.



Figura 6: Afiche Actividad de Orquesta Sinfónica



- **ESTRATEGIA 02:** Diagramación y Propuesta para la realización de la Revista de la Feria Patronal de la Comunidad El Chato.

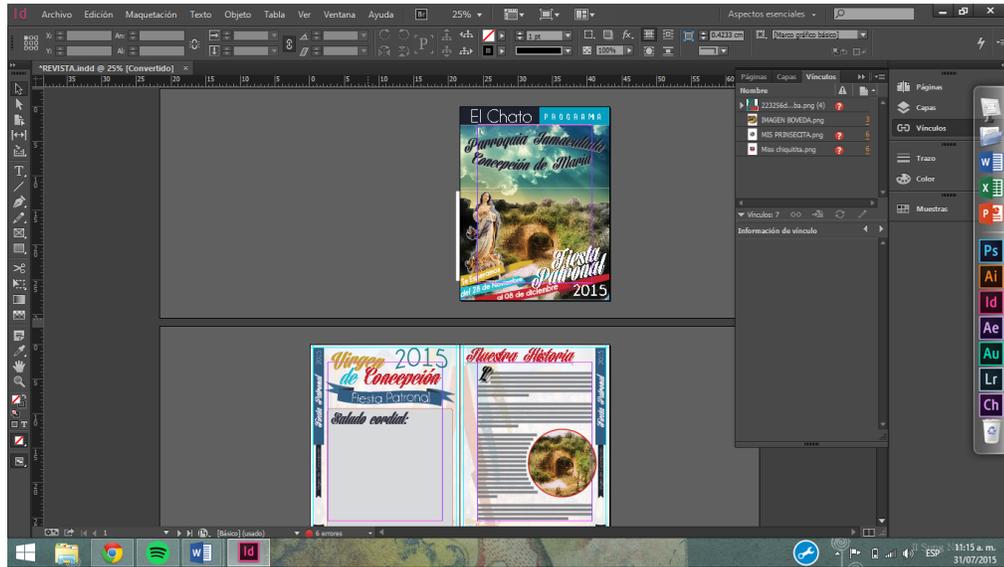


Figura 8: Diagramación Revista Patronal (en proceso)

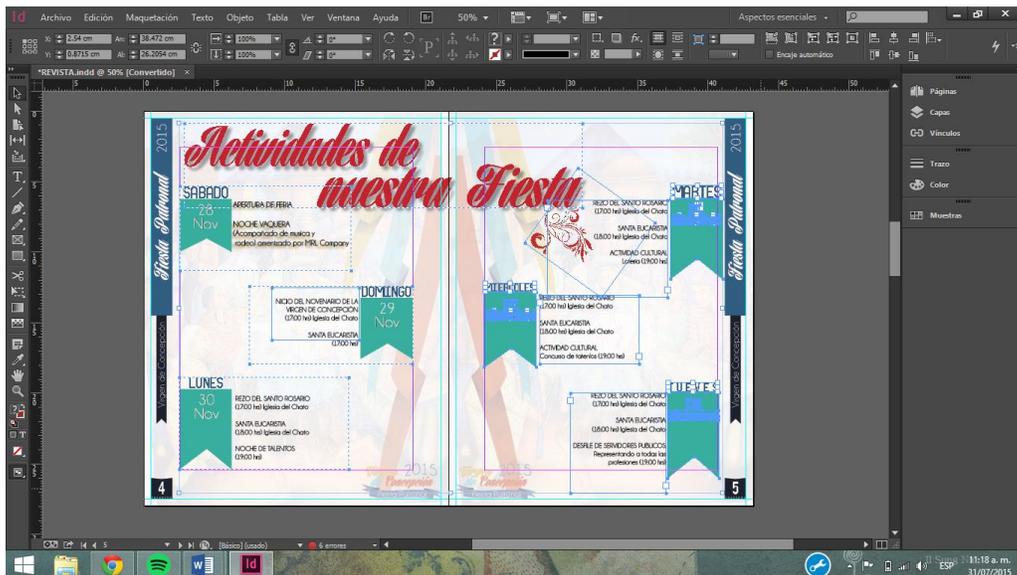


Figura 9: Diagramación Revista Patronal (en proceso)



Figura 10: Portada de la Revista de Actividades de la Fiesta Patronal

Portada escogida por el Comité único de Barrio El Chato.



Figura 11: Propuesta 2 para la portada de Revista Patronal

- **ETRATEGIA 03:** Logo de identificación de la comunidad de El Chato y su Hoja membretada.



Figura 12: propuestas de Logo



Figura 13: Logo escogido por el comité único de Barrio

3.2.2. Acciones Desarrolladas

ACCIÓN 01: Divulgación de los materiales gráficos utilizados para promover las actividades de la Alcaldía Auxiliar en las diferentes comunidades al igual que la preparación de los materiales de volante y afiches.



Figura 14: Imagen de la Alcaldía celebrando el día de las Madres

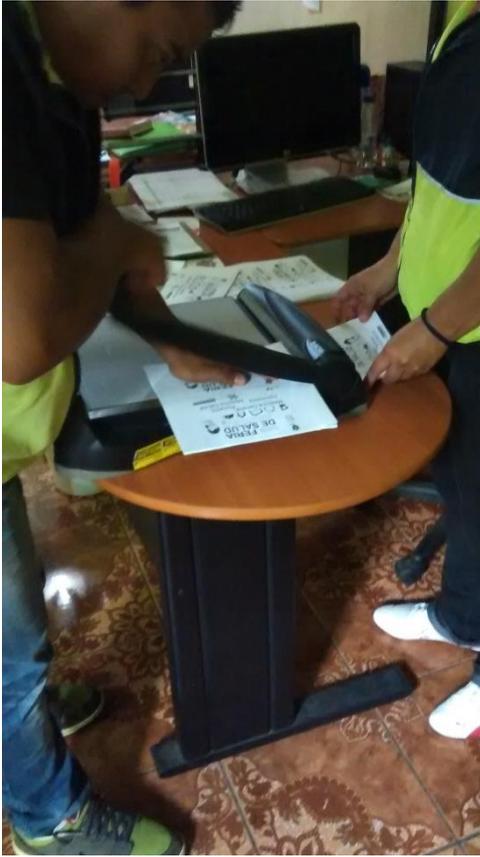


Figura 15, 16,17: Preparación y divulgación de material Creativo Afiches y volantes, para la feria de Salud.

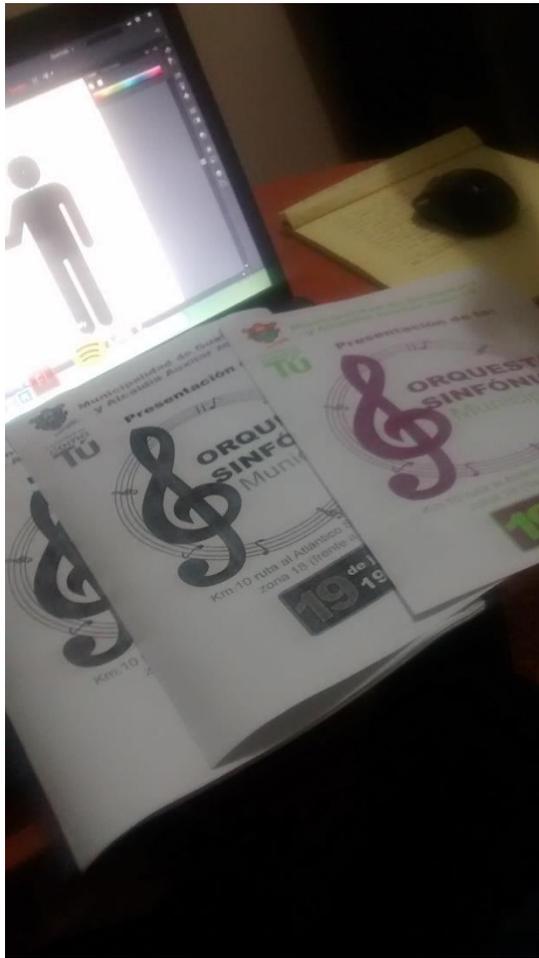


Figura 18, 19: Preparación y divulgación de material Creativo Orquesta Sinfónica Municipal

ACCION 02: Este video se realizó con el fin de promover y dar a conocer las actividades que la Alcaldía Auxiliar realizó en el primer trimestre del año al igual que divulgar las diferentes actividades y programas que tiene la Alcaldía a sus 63 comités únicos de barrio (CUBS).



Figura 20, 21: Video Reproducido en las instalaciones de la Alcaldía a los Lideres de los 63 comités Únicos de Barrio

ACCION 03: Con el apoyo de la Alcaldía se trabaja en conjunto en la realización de la Feria Patronal el Chato por primera vez en su historia, gracias a la iniciativa de la Alcaldía Auxiliar se trabaja la Diagramación de la Revista Patronal.



Figura 22: Portada para Revista Feria Patronal.



Figura 23: Organización de las Actividades para la Feria Patronal.



Figura 24: Presentación de la Portada al comité Organizador

3.3. CRONOGRAMA DEL PLAN DE ACTIVIDADES

Las actividades destinadas para las estrategias de Comunicación quedaron definidas de la siguiente manera en este calendario:

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES DEL PLAN DE COMUNICACIÓN



Actividades comprendidas del 4 de Mayo al 02 de Julio del 2015

Actividades	MAYO				JUNIO				JULIO			
	semana				semana				semana			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	
Reunión con la Coordinadora Roxana Noriega para presentar el Proyecto												
Presentación del Proyecto al Alcalde Auxiliar y demás colaboradores de la Alcaldía												
Presentación del Proyecto al Comunicador social en la Regencia Norte												
Preparación para los afiches de las actividades a realizarse en las comunidades.												
Creación de los videos y/o spots de la Alcaldía												
Presentación del Material Publicitario para los diferentes												

Proyectos de la Alcaldía											
Impresión del Material Publicitario de la Alcaldía											
Colocación de los diferentes Materiales Publicitarios en las diferentes comunidades											
Diagramación de Revista de Feria Patronal											
Presentación de Portada para la Revista de Feria Patronal											
Medición de Resultados											

3.4. CONTROL Y SEGUIMIENTO



UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
 ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO LICENCIATURA (EPS) 2015
 Ficha de Evaluación de Práctica Profesional Supervisada



Nombre del Alumno (a): ESTERAN ESTEBAN ROMERO AVAREZ
 Carné: 700829604
 Jefe o Encargado: Roxana Noirega
 Institución o Empresa: Municipalidad de Guatemala

No.	Items a calificar	Punteo 1 al 10
1	Presentación	10
2	Puntualidad	10
3	Conducta	10
4	Relaciones Interpersonales	10
5	Responsabilidad	10
6	Profesionalismo	10
7	Cumplimiento con los reglamentos internos de su institución	10

[Signature]
 Firma del Supervisor Docente

[Signature]





UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
 ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
 EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO LICENCIATURA (EPS) 2015
 Ficha de Evaluación de Prácticas Profesional Supervisada



Nombre del Alumno (a): Esteban Esteban Romero Alvarez
 Carné: 200820604
 Jefe o Encargado: Rosaura Velasco
 Institución o Empresa: Municipio Municipalidad de Guatemala

No.	Ítem a calificar	Punto 1 al 10
1	Presencia	10
2	Puntualidad	10
3	Conducta	10
4	Relaciones Interpersonales	10
5	Responsabilidad	10
6	Profesionalismo	10
7	Cumplimiento con los reglamentos internos de su institución	10

[Firma]
 Firma del Supervisor Docente



UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
 ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
 EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO LICENCIATURA (EPS) 2015
 Ficha de Asistencia a Práctica Profesional Supervisada



Nombre del Alumno (a): Esteban Esteban Romero Alvarez
 Carné: 200820604
 Jefe o Encargado: Rosaura Velasco
 Institución o Empresa: Municipio Municipalidad de Guatemala
 Supervisor Docente: D

No.	SEMANAS	HORAS PRACTICADAS						TOTAL HORAS	FIRMA Y SELLO DEL JEFE O ENCARGADO
		L	M	M	J	V	S		
6	Del 08 al 12 Mes: <u>Junio</u>	8	7	7	7	7		36	[Firma]
7	Del 15 al 19 Mes: <u>Junio</u>	8	7	X	7	7		29	[Firma]
8	Del 22 al 26 Mes: <u>Junio</u>	8	7	7	7	X		29	[Firma]
9	Del 29 al 03 Mes: <u>Junio y Julio</u>	X	8	7	7	7		29	[Firma]
10	Del 06 al 08 Mes: <u>Julio</u>	8	7					15	[Firma]
11	Del: _____ al _____ Mes: _____								
TOTAL DE HORAS PRACTICADAS								138	[Firma]

Firma del Supervisor Docente
[Firma]



CONCLUSIONES

- Se aplicó una estrategia de comunicación visual para fortalecer la imagen institucional de la Alcaldía el cual fue aceptada positivamente por los pobladores de los alrededores a la Alcaldía.
- La información difundida a través de los diferentes canales o técnicas de comunicación fueron claras y concisas.
- Se creó contenido visual de carácter informativo, educacional para llamar la atención de los pobladores en las actividades de la Alcaldía.

RECOMENDACIONES

- Es necesario aplicar la estrategia de comunicación visual para que las personas les llame la atención asistir a las actividades de la Alcaldía
- El contenido visual de ninguna manera debe de ser saturado de información pues este hace perder la atención de las personas que lo están leyendo, restándole importancia.
- Es indispensable estar a la vanguardia de la tecnología, como en este caso la divulgación de información a través de los diferentes canales de comunicación que existen.

GLOSARIO

Administrar	Gobernar, regir, dar, propinar.
Afrontar	Poner una cosa enfrente de otra, caer, hacer demasiado ruido.
Antecedentes	Acción anterior que sirve para juzgar los hechos posteriores.
Base	Apoyo o superficie en que sostiene un cuerpo.
Barrió	Cada una de las partes en que se dividen las ciudades y pueblos.
Comité	Comisión o junta.
Conocer	Saber, tener una idea cabal de uno mismo.
Determinar	Fijar con precisión.
Emitir	Manifiestar, expresar.
Externa	Centro de enseñanza para alumnos externa.
Evidenciar	Hacer patente, demostrar la ciudad de algodón
Erradicar	Arrancar de raíz.
Elaborar	Transformar en producto una materia.
Externa	Que se manifiesta al exterior o viene de afuera.
Fortaleza	Fuerza, entereza, firmeza de ánimo. Una de las virtudes cardinales.
Marcar	Poner una marca.
Ofrecer	Prometer, asegurar.

Plan	Estructura general de una obra.
Problema	Cuestión o proporción dudosa que se trata de aclarar.
Posterior	Que viene después en orden al tiempo.
Reunión	Acción de reunirse o reunir.
Representar	Hacer presente algo en la imaginación por medio de palabras o figuras.
Situación	Posición, condición, postura.
Transmitir	Hacer llegar a alguien, comunicarle.

E-GRAFIA

- CONCEPTO DE LA MATRIZ FODA.
www.matrizfoda.com
- PASOS PARA EL METODO CIENTIFICO
http://es.wikipedia.org/wiki/M%C3%A9todo_cient%C3%ADfico
- PLAN DE COMUNICACIÓN Y LA IMPORTANCIA DEL DISEÑO
http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/ldg/munoz_c_jf/capitulo5.pdf
- PLAN DE COMUNICACIÓN DE LA ALCALDIA BUCARAMANGA
http://www.bucaramanga.gov.co/documents/Plan_de_Comunicaciones_Alcaldia_de_Bucaramanga.PDF

ANEXOS

Transcripción Completa de las entrevistas

Guía de Entrevista (Diagnóstico)

Nombre del Entrevistado: Roxana Noriega

Cargo: Coordinadora

Esta entrevista tiene como principal enfoque la comunicación externa de la Alcaldía Auxiliar zona 18 Km 16.5 Carretera al Atlántico, por ser el punto de partida dentro del diagnóstico que se está realizando.

- 1. Conoce las formas de comunicación que existen actualmente con la Alcaldía Auxiliar para informar a los vecinos de los proyectos?**
Contacto directo 1 vez al mes reunión con los 59 comites de barrio, organizados por comunidades.
- 2. Como se entera usted de las actividades que coordina la Alcaldía Auxiliar?**
Los días lunes, reunión con los Alcaldes y coordinadores de obras
- 3. Que se busca lograr, a través de los esfuerzos que se realizan en la comunicación externa?**
Contacto masivo para identificar los problemas de los vecinos.
- 4. Que aspectos considera que se deben mejorar en la comunicación externa?**
Tecnología/ eficiencia de los mensajes.
- 5. Cuáles son los retos futuros respecto a la comunicación externa?**
Contar con un mejor sistema de comunicación para el bienestar de la población
- 6. Usted como colaborador/ra de esta entidad cual es el objetivos primordial para la comunicación de esta institución?**
Tener mejores estrategia para comunicarnos con los vecinos.

Guía de Entrevista (Diagnóstico)

Nombre del Entrevistado: Alice Pascual

Cargo: Promotora

Esta entrevista tiene como principal enfoque la comunicación externa de la Alcaldía Auxiliar zona 18 Km 16.5 Carretera al Atlántico, por ser el punto de partida dentro del diagnóstico que se está realizando.

1. Conoce las formas de comunicación que existen actualmente con la Alcaldía Auxiliar para informar a los vecinos de los proyectos?

Contacto directo 1 vez al mes reunión con los 59 comités de barrio, organizados por comunidades, FB, Whatsapp, Mensajes de Texto a los Representantes .

2. Como se entera usted de las actividades que coordina la Alcaldía Auxiliar?

Los días lunes, nuestra Coordinadora va a reunión con los Alcaldes y coordinadores de obras de las diferentes Alcaldías en la Regencia Norte y planifican actividades para las distintas Alcaldías

3. Que se busca lograr, a través de los esfuerzos que se realizan en la comunicación externa?

Respuesta a nuestras obras dar a conocer la Alcaldía.

4. Que aspectos considera que se deben mejorar en la comunicación externa?

5. Cuáles son los retos futuros respecto a la comunicación externa?

Mejor sistema de comunicación para el bienestar de la población

6. Usted como colaborador/ra de esta entidad cual es el objetivo primordial para la comunicación de esta institución?

Acercamiento del vecino para lograr el desarrollo de nuestra Alcaldía

Guía de Entrevista (Diagnóstico)

Nombre del Entrevistado: Edelmira Alvarado

Cargo: Promotora

Esta entrevista tiene como principal enfoque la comunicación externa de la Alcaldía Auxiliar zona 18 Km 16.5 Carretera al Atlántico, por ser el punto de partida dentro del diagnóstico que se está realizando.

1. Conoce las formas de comunicación que existen actualmente con la Alcaldía Auxiliar para informar a los vecinos de los proyectos?

Contacto FB, Whatsapp, Mensajes de Texto

2. Como se entera usted de las actividades que coordina la Alcaldía Auxiliar?

Los días lunes, nuestra Coordinadora va a reunión con los Alcaldes y coordinadores de obras de las diferentes Alcaldías en la Regencia Norte y planifican actividades para las distintas Alcaldías

3. Que se busca lograr, a través de los esfuerzos que se realizan en la comunicación externa?

Dar a conocer las obras que ha hecho la Alcaldía

4. Que aspectos considera que se deben mejorar en la comunicación externa?

Tecnología

5. Cuáles son los retos futuros respecto a la comunicación externa?

Mejor sistema de comunicación para el bienestar de la población

6. Usted como colaborador/ra de esta entidad cual es el objetivo primordial para la comunicación de esta institución?

Acercamiento del vecino para lograr el desarrollo de nuestra Alcaldía

Guía de Entrevista (Diagnóstico)

Nombre del Entrevistado: Maria Mercedes

Cargo: Promotora

Esta entrevista tiene como principal enfoque la comunicación externa de la Alcaldía Auxiliar zona 18 Km 16.5 Carretera al Atlántico, por ser el punto de partida dentro del diagnóstico que se está realizando.

1. Conoce las formas de comunicación que existen actualmente con la Alcaldía Auxiliar para informar a los vecinos de los proyectos?

Contacto FB, Whatsapp, Mensajes de Texto

2. Como se entera usted de las actividades que coordina la Alcaldía Auxiliar?

Los días lunes, nuestra Coordinadora va a reunión con los Alcaldes y coordinadores de obras de las diferentes Alcaldías en la Regencia Norte y planifican actividades para las distintas Alcaldías

3. Que se busca lograr, a través de los esfuerzos que se realizan en la comunicación externa?

Dar a conocer las obras que ha hecho la Alcaldía

4. Que aspectos considera que se deben mejorar en la comunicación externa?

Persona que se encargue netamente de nuestra comunicación.

5. Cuáles son los retos futuros respecto a la comunicación externa?

Mejor sistema de comunicación para el bienestar de la población

6. Usted como colaborador/ra de esta entidad cual es el objetivo primordial para la comunicación de esta institución?

Acercamiento del vecino para lograr el desarrollo de nuestra Alcaldía

Modelo de la Entrevista



Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencias de la Comunicación
EPS-2015



Alcaldía Auxiliar Zona 18
Km. 16.5 Carretera al Atlántico
Lote 11 Mz B Col Jardines del Rosaric

Guía de Entrevista (Diagnóstico)

Nombre del Entrevistado:

Cargo:

Esta entrevista tiene como principal enfoque la comunicación externa de la Alcaldía Auxiliar zona 18 Km 16.5 Carretera al Atlántico, por ser el punto de partida dentro del diagnóstico que se está realizando.

1. **Conoce las formas de comunicación que existen actualmente con la Alcaldía Auxiliar para informar a los vecinos de los proyectos?**
2. **Como se entera usted de las actividades que coordina la Alcaldía Auxiliar?**
3. **Que se busca lograr, a través de los esfuerzos que se realizan en la comunicación externa?**
4. **Que aspectos considera que se deben mejorar en la comunicación externa?**
5. **Cuáles son los retos futuros respecto a la comunicación externa?**
6. **Usted como colaborador/ra de esta entidad cual es el objetivos primordial para la comunicación de esta institucion?**

PROPUESTA DE REVISTA PATRONAL EL CHATO

El Chato PROGRAMA

*Parroquia Inmaculada
Concepción de María*

Fiesta Patronal
2015

Te Esperamos
del 28 de Noviembre
al 08 de diciembre

Virgen 2015 de Concepción

Fiesta Patronal

Saludo cordial:

Nuestra Historia

La aldea Concepción El Chato. Inicia en el km.15.5 y finaliza en km.19 carretera al Atlántico esta ubicada en el extremo norte de la Ciudad de Guatemala, sus colindancias son con el Municipio de Palencia, Aldea la Cebadilla y Aldea Lo de Lo Rodríguez y la Aldea El Fiscal. se encuentra ubicada en medio de 2 ríos llamados el río del Chato y el río purgatorio esta ha una altura de 1238 Mts. Sobre en nivel del Mar.

La comunidad tiene aproximadamente 150 años de existencia. Los inicios de la historia del Chato se entre mezclan con la leyenda. Hemos logrado recuperar algunas historias que han llegado a nosotros por medios orales y otras por testigos presenciales de las diversas etapas que han transcurrido los habitantes de esta comunidad, muchas veces plagadas de limitaciones y otras de tranquilidad al vivir en un ambiente puro natural.

En lo que respecta al nombre de la Aldea El Chato muchos de los entrevistados recuerdan que el nombre de la comunidad proviene de un antiguo propietario conocido como Feliz Chato que vivió en Km. 18 sobre la ruta al atlántico en el lugar donde se ubicaba el Antiguo Campo de Foot Ball en donde todavía hay vestigios de una construcción de paredes de piedras esto ocurrió en el siglo 19 pues los entrevistados coinciden en decir que ninguno de sus abuelos conocieron personalmente al citado personaje.



Las primeras familias habitantes de la comunidad obtuvieron los terrenos por donaciones otorgadas por el Presidente Rafael Carrera, siendo parte de estas familias Los Mayen, Los Morales, Los Ávila, Los Concoba, Los carrera, Los Cóceres, Los Mansilla etc... (siendo los terrenos algunos legalizados en 1912).

Actividades de nuestra Fiesta

SABADO

28 Nov

APERTURA DE FERIA

NOCHE VAQUERA
(Acompañado de musica y rodeo) amenizado por MRL Company

DOMINGO

29 Nov

NICIO DEL NOVENARIO DE LA VIRGEN DE CONCEPCIÓN (17:00 hrs) Iglesia del Chato

SANTA EUCARISTIA (17:00 hrs)

LUNES

30 Nov

REZO DEL SANTO ROSARIO (17:00 hrs) Iglesia del Chato

SANTA EUCARISTIA (18:00 hrs) Iglesia del Chato

NOCHE DE TALENTOS (19:00 hrs)

Virgen 2015 de Concepción Fiesta Patronal

Virgen 2015 de Concepción Fiesta Patronal



Karla Secaida
Señorita Independencia 2015-2016





María Secunda

Señorita Independencia 2015-2016

Virgen 2015
de Concepción
Fiesta Patronal

MARTES
01
diciembre

REZO DEL SANTO ROSARIO
(17:00 hrs) Iglesia del Chato

SANTA EUCARISTIA
(18:00 hrs) Iglesia del Chato

ACTIVIDAD CULTURAL
Lotería (19:00 hrs)

MIÉRCOLES
02
diciembre

REZO DEL SANTO ROSARIO
(17:00 hrs) Iglesia del Chato

SANTA EUCARISTIA
(18:00 hrs) Iglesia del Chato

ACTIVIDAD CULTURAL
Concurso de tatenlos (19:00 hrs)

JUEVES
03
diciembre

REZO DEL SANTO ROSARIO
(17:00 hrs) Iglesia del Chato

SANTA EUCARISTIA
(18:00 hrs) Iglesia del Chato

DESFILE DE SERVIDORES PUBLICOS
Representando a todas las
profesiones (19:00 hrs)

Virgen 2015
de Concepción
Fiesta Patronal

Elección de Miss Chiquitita



*Daniela Esmeralda
Perez Mayen*
Miss Chiquitita 2015-2016



Daphne Alvarez
Miss Missista 2015-2016



*Christel Pajay
Perez Mayen*
Niña Canadero 2015-2016

Virgen 2015
de Concepción
Fiesta Patronal



Leslie del Piel
Niña Simpatía 2015-2016



Estefany Felipe
Miss Deportes 2015-2016



Ashly Velasquez
Niña Primavera 2015-2016

Virgen 2015
de Concepción
Fiesta Patronal

VIERNES

04
diciembre

REZO DEL SANTO ROSARIO
(17:00 hrs) Iglesia del Chato

SANTA EUCARISTIA
(18:00 hrs) Iglesia del Chato

ACTIVIDAD CULTURAL
Obra de teatro (19:00 hrs)

SABADO

05
diciembre

REZO DEL SANTO ROSARIO
(10:00 hrs) Iglesia del Chato

SANTA EUCARISTIA
(14:00 hrs) Iglesia del Chato

SALIDA DE LA SOLEMNE PROCESION
DEL LA VIRGEN DE CONCEPCION
RECORRIENDO LAS CALLES
(16:00 hrs)

ENTRADA DE LA SOLEMNE PROCESION
DE LA VIRGEN DE CONCEPCION
(23:00 hrs)

SHOW DE LUCES
QUEMA DE TORITO
23:00 hrs

CONVITE
(23:30 hrs)

Virgen 2015
de Concepción
Fiesta Patronal

Virgen 2015
de Concepción
Fiesta Patronal

Marla Secunda

Señorita Independencia 2015-2016





Harla Secada
Señorita Independencia 2015-2016

Harla Secada

Señorita Independencia 2015-2016





Karla Secaída
Señorita Independencia 2015-2016

Virgen 2015
de Concepción
Fiesta Patronal



Karla Secaída
Señorita Independencia 2015-2016

Virgen 2015
de Concepción
Fiesta Patronal

Bellezas El Chato 2015



Virgen 2015 de Concepción

Fiesta Patronal

Virgen 2015 de Concepción Fiesta Patronal

DOMINGO

06 diciembre

MARATÓN (07:00 hrs a 09:00 hrs)

PREMIACIÓN 1er, 2do y 3er Lugar (09:00 hrs)

ACOMPANAMIENTO DE LA MARIMBA ORQUESTA (09:00 hrs a 13:00 hrs)

ACTIVIDAD CULTURAL PALO ENCEBADO (10:00 hrs)

ACTIVIDAD CULTURAL CORRIDA DE CINTAS (13:00 hrs)

ACTIVIDAD CULTURAL EXHIBICIÓN DE MOTO ENDURO (15:00 hrs)

REZO DEL SANTO ROSARIO (17:00 hrs.) Iglesia del Chato

SANTA EUCARISTIA (18:00 hrs) Iglesia del Chato

Virgen 2015 de Concepción Fiesta Patronal