

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



**“ESTRATEGIAS PARA FORTALECER LA IMAGEN INSTITUCIONAL EN LA
MUNICIPALIDAD DE SAN AGUSTÍN ACASAGUASTLÁN”**

Informe Final del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura

Presentado al Honorable Consejo Directivo por:

SINDY ANNALY PENSAMIENTO ORDOÑEZ

Previo a optar el título de:

LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Guatemala, octubre de 2018

Consejo Directivo

Director

M.Sc. Sergio Vinicio Morataya García

Representantes Docentes

M.A. Gustavo Adolfo Morán Portillo

Lic. Mario Enrique Campos Trujillo

Representantes Estudiantiles

Pub. Gabriela Eugenia Menegazzo Cu

Pub. Heber Libni Emanuel Escobar Juárez

Representante de Egresados

M.A. Jhonny Michael González Batres

Secretaria

M.Sc. Claudia Xiomara Molina Avalos

Coordinador de EPS Licenciatura

Lic. Luis Arturo Pedroza Gaytán

Supervisores de EPS Licenciatura

Licda. Sandra Nohemí Hernández y Hernández

Lic. Fernando Ismael Flores Barrios

Municipalidad de San Agustín Acasaguastlán

Departamento de El Progreso
Teléfono: 5195-6257
Correo Municipal
munisanagustin18@hotmail.com



Guatemala, 08 de agosto de 2018

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

Estimado Licenciado Pedroza:

Por medio de la presente, hacemos constar que: **Sindy Annaly Pensamiento Ordoñez** con número de carné: **200722488** y CUI: **1577 00089 0203**; el estudiante(a) epesista 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 institución ~~específicamente~~ en **"Comunicación Social"** cumpliendo con 300 horas efectivas de práctica comprendidas del **21 mayo** al **20 de julio** del año en curso; tiempo durante el cual ejecutó el proyecto comunicacional: **"Estrategias para Fortalecer la Imagen Institucional en la Municipalidad de San Agustín Acasaguastlán"** entregando el material respectivo, debidamente recibido por nuestra institución.

En este sentido, manifestamos entera satisfacción respecto al trabajo del epesista y para los usos subsecuentes en el proceso de EPS de Licenciatura, extendemos la presente **CONSTANCIA DE FINALIZACIÓN DE SU PROYECTO DE EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO DE LICENCIATURA** en nuestra institución.

Atentamente,


Lic. Mario Augusto Castro Telles
Alcalde Municipal



Limpieza, Orden y Prosperidad
Administración 2016-2020



Universidad de San Carlos de Guatemala

Escuela de Ciencias de la Comunicación



Guatemala, 10 de octubre de 2018

Estudiante
Sindy Annaly Pensamiento Ordoñez
Carné: 200722488
Escuela de Ciencias de la Comunicación, USAC

De mi consideración:

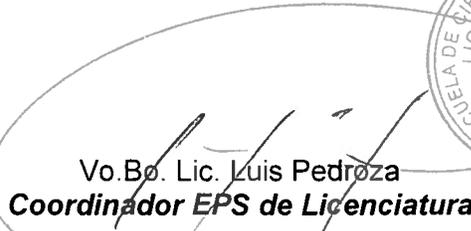
Por este medio informo a usted, que he revisado el Informe Final de su Proyecto de EPS de Licenciatura con título: "ESTRATEGIAS PARA FORTALECER LA IMAGEN INSTITUCIONAL DE LA MUNICIPALIDAD DE SAN AGUSTÍN ACASAGUASTLÁN". El citado trabajo llena los requisitos de rigor del presente Programa, por lo cual se emite **DICTAMEN FAVORABLE** para los efectos subsiguientes.

Se autoriza su aprobación en el acta de cierre respectiva y distribución digital del Informe Final de EPS de Licenciatura en 5 CD's con el documento en PDF los cuales deberá entregar en las instancias correspondientes para su archivo y publicación.

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"



Licda. Sandra Hernández
Supervisora EPS de Licenciatura



Vo.Bo. Lic. Luis Pedroza
Coordinador EPS de Licenciatura



"Por una Universidad de Educación Superior Pública y de Calidad"
OLIVERIO CASTAÑEDA DE LEÓN

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

DEDICATORIA

- A DIOS:** Por la vida y sus abundantes bendiciones.
- A MI MADRE:** Rina Lisbeth Ordoñez Sagastume, por siempre estar a mi lado cuando la necesito. Gracias por tu amor y dedicación
- A MI PADRE:** Byron Leonel Pensamiento Balcarcel, por ser mi ejemplo a seguir. Gracias por demostrarme siempre tu apoyo.
- A MI ESPOSO:** Gerson Morales, por su amor, comprensión y apoyo en mis estudios. Fue parte fundamental en haber logrado este triunfo.
- A MIS HIJOS:** Sebastián y Annika, por ser mi fuerza e motivación para lograr este triunfo y enseñarme a amar incondicionalmente.
- A MI SUEGRA:** Dalida Palma, por brindarme su cariño, apoyarme y motivarme a ser una mejor persona.
- A MIS HERMANOS:** Byron y Brayan, con brindarme su amor incondicional.
- A MIS SOBRINOS:** Gracias por ser personas que alegran mi vida.
- A MIS AMIGOS Y AMIGAS:** Mónica, Jennifer y José por bríndame su apoyo.

AGRADECIMIENTOS

A la **UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA**, por ser mi casa de estudios.

A la **ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**, por brindarme buenas experiencias, docentes y amigos.

Al **M.Sc. SERGIO MORATAYA**, por su amistad y brindarme la oportunidad de desarrollarme como profesional.

Al **LICENCIADO LUIS PEDROZA**, por su amistad, apoyo y la oportunidad de poner en práctica los conocimientos adquiridos.

A la **LICENCIADA SANDRA HERNÁNDEZ**, por su asesoría, amistad y apoyo.

Al **LICENCIADO FERNANDO FLORES**, por su asesoría, amistad y apoyo.

INDICE

RESUMEN	i
INTRODUCCIÓN	ii
JUSTIFICACIÓN	iii

CAPITULO I

1. Diagnóstico.....	1
1.1. Objetivos del Diagnóstico.....	1
1.1.1 Objetivo General.....	1
1.1.2 Objetivos específicos del diagnóstico:	1
1.2 Institución	1
1.2.1 Ubicación geográfica	1
1.2.2 Antecedentes o Historia.....	2
1.2.3 Departamento o dependencias de la Institución	4
1.2.4 Misión	9
1.2.5 Visión	10
1.2.6 Objetivos Institucionales	10
1.2.7 Público objetivo.....	10
1.2.8 Organigrama.....	11
1.3. Metodología	12
1.3.1 Descripción del Método:	12
1.3.2 Técnicas e instrumentos de recolección:.....	12
1.3.3. Cronograma del Diagnóstico	13
1.4. Recopilación de Datos:	14
1.5. Radiografía de la Institución.....	18
1.5.1. Fortaleza.....	18
1.5.2. Oportunidades	18
1.5.3. Debilidad.....	18
1.5.4. Amenazas.....	18

CAPÍTULO II

2.	PLAN DE COMUNICACIÓN	19
2.1	Antecedentes Comunicacionales	19
2.2	Objetivos de Comunicación.....	19
2.2.1.	Objetivo General.....	19
2.2.2	Objetivos Específicos	19
2.3.	Público Objetivo	20
2.4	Mensaje.....	21
2.5.	Estrategias	21
2.6.	Acciones de Comunicación	22

CAPÍTULO III

3.	INFORME DE EJECUCIÓN	27
3.1	PROYECTO DESARROLLADO.....	27
3.1.1.	Financiamiento:	27
3.1.2.	Presupuesto:.....	27
3.1.3.	Beneficiarios:	28
3.1.4.	Recursos Humanos	29
3.1.5.	Área geográfica de Acción:.....	29
3.2.	ESTRATEGIAS Y ACCIONES DESARROLLADAS.....	30
3.3	CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES.....	39
3.4	CONTROL Y SEGUIMIENTO	40

CONCLUSIONES	41
---------------------------	----

RECOMENDACIONES	42
------------------------------	----

GLOSARIO DE TÉRMINOS	43
-----------------------------------	----

BIBLIOGRAFÍA	47
---------------------------	----

E- GRAFÍA	48
------------------------	----

ANEXOS	49
---------------------	----

RESUMEN

Nombre de la Institución: Municipalidad de San Agustín Acasaguastlán, El Progreso.

Nombre del Proyecto:

“Estrategias para fortalecer la imagen institucional de la Municipalidad de San Agustín Acasaguastlán”

Objetivos del Proyecto:

Objetivo General:

- Fortalecer la imagen institucional de la Municipalidad de San Agustín Acasaguastlán.

Objetivos Específicos:

- Rediseño del logotipo institucional.
- Elaboración de material impreso Banners para el uso de la red social.
- Realización de talleres para la utilización de herramientas en la red social Facebook.

Sinopsis:

Se realizan estrategias de comunicación que fortalecen la imagen institucional de la Municipalidad de San Agustín Acasaguastlán. Para lograr mejores resultados, las estrategias se ejecutaron en el área externa. Se rediseño el logotipo de la institución, se utilizó material impreso y se realizó un taller de marketing digital con los encargados del departamento de comunicación social de la municipalidad para el fortalecimiento de la red social Facebook y refrescar la imagen institucional ante los vecinos.

INTRODUCCIÓN

El proyecto “Estrategia para el fortalecer la imagen institucional de la Municipalidad de San Agustín Acasaguastlán”, surgió por la falta de comunicación que existía entre vecino y corporación municipal realizando un diagnóstico profesional que permitió descubrir cuáles eran los motivos existentes en la institución.

La Municipalidad de San Agustín Acasaguastlán ha adquirido soporte de la red social Facebook, para el fortalecimiento de la institución la cual es una herramienta que facilita el proceso de comunicación entre vecinos y corporación. El uso de la tecnología y la implementación de herramientas electrónicas ayudan a facilitar la comunicación externa que se necesita fortalecer.

Debido a la autorización del actual alcalde del municipio de San Agustín Acasaguastlán, departamento El Progreso; se rediseño el logotipo de la institución para para crear un cambio a la imagen institucional, se elaboró material impreso y se realizó un taller de marketing digital para que empleados municipales conocieran el uso de las herramientas, técnicas innovadoras y efectivas en el dominio de la red social Facebook.

El siguiente informe presenta estrategias de comunicación para fortalecer la imagen institucional de la municipalidad de San Agustín Acasaguastlán.

JUSTIFICACIÓN

La comunicación es la acción consistente de intercambiar información entre dos o más personas, es parte fundamental para el desarrollo y crecimiento en el mundo actual. El avance significativo de la tecnología debe actualizarse e implementarse con nuevas herramientas para el crecimiento de las instituciones que permitan la confianza y credibilidad en ellas.

En la realización del diagnóstico comunicacional, se detectó el desconocimiento de herramientas para la red social Facebook y que cuenten con una sólida imagen institucional que de confianza y credibilidad a la página.

Por esta razón fue necesaria la implementación de las estrategias de comunicación para la innovación de su red social Facebook para resolver la falta de comunicación entre el consejo municipal y los vecinos del municipio, ejecutando el fin de la información constitucional.

EL presente proyecto podrá ser utilizada por las autoridades de la Municipalidad de San Agustín Acasaguastlán, departamento El Progreso; así como cualquier otra institución a fin o similar que deseen conocer las herramientas electrónicas y les permita interactuar con las personas que integran la red social.

CAPITULO I

1. Diagnóstico

1.1. OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO

1.1.1 Objetivo General

- Presentar un diagnostico comunicacional para fortalecer la imagen institucional de la Municipalidad de San Agustín Acasaguastlán

1.1.2 Objetivos específicos del diagnóstico:

- Analizar la imagen institucional.
- Examinar la utilización de la red social Facebook.
- Identificar la debilidad de la red social Facebook.
- Conocer las necesidades de la información del público específico externo.

1.2 Institución

Municipalidad de San Agustín Acasaguastlán, departamento El Progreso.

1.2.1 Ubicación geográfica

El territorio municipal cuenta con altitudes que van de 290 a 1,700 metros sobre el nivel del mar. La distancia de la cabecera municipal hacia la ciudad de Guatemala es de 92 Kilómetros y hacia la cabecera departamental, es de 21 kilómetros; posee una extensión territorial de 358 Kilómetros cuadrados.

1.2.2 Antecedentes o Historia

Se afirma que la región de Acasaguastlán ha estado habitada desde la época de los cazadores de megafauna, como se puede constar en el Museo Paleontológico de Estanzuela Zacapa, donde son exhibidos restos de especímenes encontrados en esta tierra. Durante la época prehispánica, la zona de Acasaguastlán constituyó el lugar de encuentro entre los comerciantes de las tierras bajas y el altiplano.

El intercambio fue mayor durante el período Clásico, cuando los gobernantes de Guaytán (asentamiento prehispánico) controlaban la región y el comercio. Hasta la fecha los arqueólogos han localizado 142 montículos en dicho sitio, así como dos patios de juego de pelota, cinco esculturas de piedra y 14 cámaras funerarias. Se conoce que durante el período Posclásico Pokom controló el valle del Motagua, medio que se utilizó como ruta comercial en dirección al Lago de Izabal. La cerámica suntuaria encontrada presenta influencia tolteca.

Al inicio de la conquista española, el principal centro poblacional era Valil, donde gobernaba Cahualán o Cazabastlán. Los habitantes hablaban pocomán y chortí. Existe poca información sobre la forma y fecha en la cual los españoles conquistaron la región. Algunos suponen que los frailes dominicos, con el apoyo de indígenas de las Verapaces, consiguieron la sumisión, la que ya se había concluido hacia 1551, cuando Alonso López de Cerrato, presidente de la Audiencia de los Cofines, creó el Corregimiento de Acasaguastlán.

Este colindaba al norte con la alcaldía mayor de Amatique; al este, con el Corregimiento de Chiquimula; al Sur con el corregimiento del valle; y al Oeste con la alcaldía mayor de las Verapaz. En esa misma década, después que Cerrato liberó a los esclavos indígenas, en cumplimiento de lo establecido por la Leyes nuevas, gente náhuatl que moraba en los márgenes del Motagua fueron concentrados en un barrio de San Agustín de la Real Corona. Tal hecho dividió el área pokom en un grupo norte y sur. Es así como se funda el poblado de San Agustín de la Real Corona.

La Real audiencia de Guatemala dirigida por el Lic. Palacios, informa al Monarca Español con fecha 8 de marzo de 1576 el aval de la fundación de este poblado en el “Valle de Hacacevastlán”. Su extensión era de dos leguas y estaba a 30 leguas al Noreste de la Ciudad de Santiago de los Caballeros de Guatemala. Chiquimula de la Sierra constituyó una de las provincias que componían el Reino de Guatemala y estaba dividida en dos partidos; Zacapa y el de Acasaguastlán cuya capital era el pueblo de San Agustín de la Real Corona o Acasaguastlán. Misma que fue residencia de los corregidores del partido cabeza de Curato cuyo territorio era extenso. El pueblo de San Agustín era importante por su posición estratégica y descanso entre el puerto de Santo Tomás de Castilla y la Capital del reino. A pocos años de la independencia de Guatemala con España, se reunió la Asamblea donde se decretó en fecha 4 de noviembre de 1825 la división del territorio del Estado de Guatemala, en siete departamentos, siendo Chiquimula de la Sierra, uno de ellos dividido a la vez en siete distritos. Uno de estos distritos fue Acasaguastlán cuya cabecera se estableció en el pueblo de San Agustín.

Al ser adoptado el Código de Livingston para la administración de Justicia por el sistema de Jurados se decretó el 27 de agosto 1836 que el pueblo de San Agustín se adjudicara al circuito de Acasaguastlán, departamento de Chiquimula.

El 10 de noviembre de 1871, fue creado por decreto del departamento de Zacapa, San Agustín Acasaguastlán pasó a integrarlo con los pueblos. Y finalmente el municipio de San Agustín Acasaguastlán paso integrar el departamento de El Progreso el 4 de abril de 1934 por decreto 1,965 mandato presidencial del General Jorge Ubico Castañeda.

1.2.3 Departamento o dependencias de la Institución

Departamento de Recursos Humanos

Dependencia responsable del reclutamiento, selección e inducción de los empleados y empleadas municipales. Encargada de cumplir y hacer que se cumpla la legislación en materia laboral, así como los reglamentos, manuales y ordenanzas aprobadas por el Consejo Municipal.

Asimismo, gestiona los expedientes y/o resoluciones de nombramientos, ascensos, traslados y permutas.

Secretaría Municipal

Dentro de las atribuciones correspondientes al Secretario Municipal mencionadas en el Artículo 84 del código Municipal se realizaron las siguientes durante el primer año de trabajo:

Se elaboraron, en los libros correspondientes 70 actas de las sesiones del Concejo Municipal.

Se asistió a todas las sesiones del Concejo Municipal, con voz informativa, pero sin voto, dando cuenta de los expedientes, diligencias y demás asuntos, en el orden y forma que indicó el señor alcalde.

Se archivaron 70 certificaciones de las actas de las sesiones del Concejo Municipal.

Se registraron 44 Organizaciones de Padres de Familia (OPF) de las diferentes escuelas del municipio.

Se realizó la actualización de 35 COCODES de esta jurisdicción.

Se legalizaron 3 Comités de Feria.

Se Realizó el nombramiento de 31 Alcaldes Auxiliares.

Se Celebraron 16 sesiones de COMUDE durante el año.

Atención al público con los procedimientos en distintos trámites.

Se extendieron cartas de Recomendación, Residencia, y Residencia Comercial.

Se extendieron certificaciones varias.

Encargado de Impuesto Único Sobre Inmuebles (IUSI)

Impuesto Único. Se establece un impuesto único anual, sobre el valor de los bienes inmuebles situados en el territorio de la República.

Destinos del Impuesto. El impuesto y multas a que se refiere la presente ley, corresponde a las municipalidades del país, para el desarrollo local, quedando integrada de la forma siguiente: a) El producto recaudado por la administración tributaria de los contribuyentes según artículo 11 Decreto 15- 98 Ley del Impuesto Único Sobre Inmuebles. El impuesto recaudado será administrado por la municipalidad, respectivamente en su totalidad, ingresándolos como fondos propios. Los recursos provenientes de la aplicación del impuesto a que se refiere la presente ley, únicamente podrán destinarse por las municipalidades como mínimo un setenta por ciento (70%) para inversiones en servicios básicos y obras de infraestructura de interés y uso colectivo; y hasta-un máximo del treinta por ciento (30%) para gastos administrativos de funcionamiento.

Encargada de Acceso a la Información Pública

Dar respuesta a las solicitudes presentadas en la Oficina de Acceso a la Información Pública.

Elaborar el informe semestral y anual de las solicitudes presentadas en la oficina de Acceso a la Información Pública.

Dar apoyo al Juzgado de Asuntos Municipales Constantemente en:

- Realizar cartas de supervivencia de las personas de la tercera edad.
- Realizar constancias de residencia.
- Realizar Contratos para Locales Municipales.
- Realizar permisos para Moto taxis, Microbuses y Pickups.
- Realizar tarjetas de pago para Moto taxis, Microbuses y Pickups.
- Realizar citaciones.
- Elaborar resoluciones emanadas del Juzgado de Asuntos Municipales.
- Realizar permisos de Matrículas para ganado.
- Recepción de Denuncias Presentadas por los habitantes del Municipio.
- Dar trámite a las diferentes solicitudes presentadas en el Juzgado Municipal.
- Elaborar Licencias de Construcción.
- Elaborar permisos para Negocios.
- Elaborar permisos para roza.
- Brindar apoyo a los Síndicos Municipales.
- Colaborar en la revisión de Moto taxis.

Juez de Asuntos municipales.

Se apoyó al señor Juez de Asuntos Municipales en las distintas comisiones de denuncias presentadas por vecinos del Municipio de San Agustín Ac. siendo estas:
Denuncias por estrechamiento de calle.

- Aguas servidas.
- Por linderos de terrenos.
- Basureros clandestinos.
- Distribución de bebidas alcohólicas.

- Por exceso de sonido.
- Tortillerías no autorizadas.
- Extracción de laja sin autorización.
- Venta o comercialización de terrenos municipales.
- Acceso a la información Pública.
- Realización de audiencias con diferentes presidentes de COCODES por diferentes denuncias.
- Realización de audiencias con presidentes de asociaciones de transportes.
- Realización de Inspecciones de solicitudes siendo estas:
- Medición para puestos de ventas en plaza municipal.
- Instalación de drenajes.
- Para Autorización de corte de árboles.
- Verificación de Medidas de Terrenos en compañía de Síndicos Municipales
- Dar solución a las distintas denuncias presentadas por vecinos del Municipio. .
Denuncias por estrechamiento de calle.
- Aguas servidas.
- Por linderos de terrenos.
- Basureros clandestinos.
- Distribución de bebidas alcohólicas.
- Por Exceso de sonido.
- Tortillerías no Autorizadas.
- Extracción de laja sin autorización.
- Venta o comercialización de terrenos municipales.
- Realizar inspección para poder extender licencias de construcción.
- Apoyo en situaciones de citatorios, notificaciones y requerimiento de pagos atrasados en los Tuc Tuc y locales del mercado municipal.

Dirección Municipal de Planificación

La Dirección Municipal de Planificación (DMP) se considera como el medio que viabiliza la concretización de los objetivos que garanticen el desarrollo social y la modernización institucional. Es el órgano administrativo de la Municipalidad, encargado de emitir los lineamientos que permitan ejecutar la función de planificación en el ámbito municipal y controlar los planes, programas y proyectos, con la finalidad de lograr el desarrollo integral del municipio. Es el ente regulador de todas las actividades de la Municipalidad, que busca alcanzar mejoras institucionales a través de la reestructuración de los procesos y sistemas, que son necesarios para la prestación de un mejor servicio orientado a los usuarios. Para poder llevar a cabo la realización de estos objetivos, es necesario que la Dirección Municipal de Planificación cuente con personal capacitado, trabajadores con conocimientos de planificación, obras y servicios sociales a los cuales se les delegara las diferentes funciones sobre la base de su experiencia y campo de acción.

Supervisor de Obras Municipales

Es un puesto creado por el Concejo Municipal, cuya responsabilidad es supervisar las obras que se ejecuten en el municipio, estableciendo avances físicos y garantizando la calidad de las mismas; rindiendo informes y dictámenes a donde correspondan para los efectos administrativos y financieros.

Bodega Municipal

Responsables de: Programas digitales de registro de ingreso y salida de materiales. Registro y control de materiales que se entreguen a cada uno de los programas financiados desde el Gobierno Regional y/o Central.

La emisión mensual de informes del comportamiento de esta unidad, o cuando las jefaturas excepcionalmente lo requieran.

Administrar el abastecimiento de útiles y elementos de oficina al área municipal. Encargado de la entrega oportuna de los elementos y materiales solicitados por las diferentes unidades municipales. Dicha entrega se realizará previo registro de la solicitud de pedido de materiales a bodega, debidamente firmada por el jefe de departamento, o quién lo subrogue; a excepción de la Dirección de Obras Municipales y la Dirección de Desarrollo Comunitario en que siempre deberá firmar el funcionario directivo a cargo de la unidad. La firma de quién retira los materiales deberá constar en un recibo de entrega firmada por el Encargado de Bodega o auxiliar de Bodega, acreditando su conformidad.

Oficina de la Mujer

En el marco de la descentralización, el municipio y la municipalidad adquieren mayor importancia como la instancia del Estado que está en contacto directo con la población y sus diferentes necesidades y demandas. En este proceso sobresale la importancia de la participación de las mujeres para incidir directamente en la elaboración de políticas públicas municipales orientadas a lograr mayores niveles de equidad de género. La Oficina Municipal de la Mujer, tiene naturaleza de Oficina Técnica y se instala como el mecanismo institucional de la estructura municipal, que facilita la interlocución entre la municipalidad y las mujeres del municipio que poseen derechos y deberes y cuyas necesidades e intereses deben ser atendidos, en igualdad de oportunidades.

1.2.4 Misión

Proporcionar acciones que reúnan a las exigencias que requieren los vecinos. Logrando reivindicar la confianza de los habitantes hacia sus autoridades, par alcanzar un municipio próspero, y con más posibilidades de desarrollo.

1.2.5 Visión

Establecer el punto de equilibrio entre el ingreso y la inversión que se realiza en la Municipalidad de San Agustín Acasaguastlán, para llevar con transparencia a los vecinos las mejores acciones y el máximo bienestar para que el municipio sea prospero .

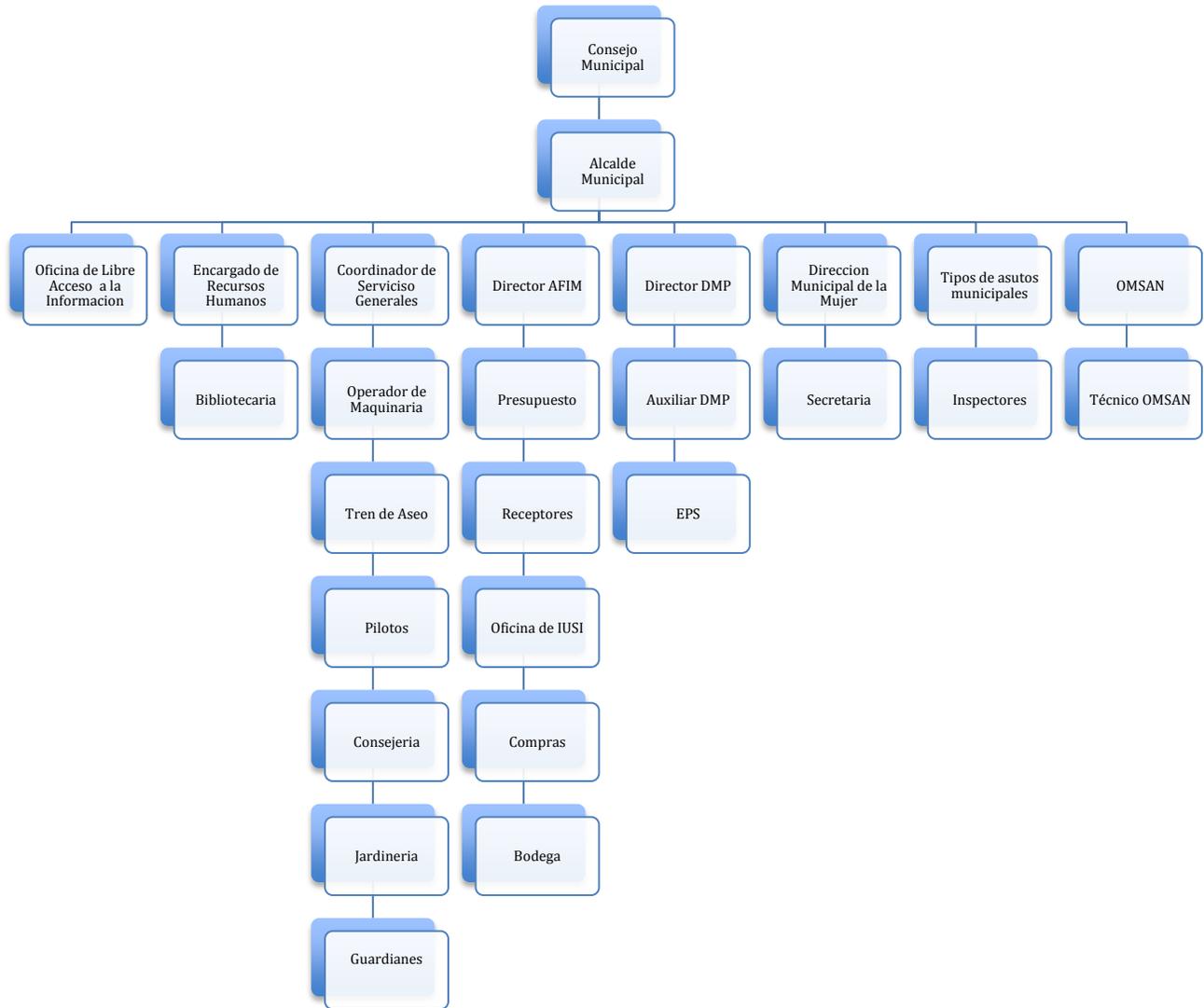
1.2.6 Objetivos Institucionales

El Concejo Municipal y el Señor alcalde Mario Augusto Castro Téllez, realizan acciones, con responsabilidad de manera proactiva y siempre apegados a los principios de la Constitución Política de la República de Guatemala, con juicio transparente encaminado a fomentar la calidad de vida en niños con problemas de Desnutrición y en busca del desarrollo de los habitantes.

1.2.7 Público objetivo

El público objetivo son los habitantes del municipio de San Agustín Acasaguastlán, El Progreso.

1.2.8 Organigrama



Fuente: Departamento de planificación, Municipalidad de San Agustín Acasaguastlán

1.3. Metodología

“Se entiende por metodología al estudio de los modos o maneras de llevar a cabo algo, es decir, el estudio de los métodos. En el campo de la investigación, la metodología es el área del conocimiento que estudia los métodos generales de las disciplinas científicas”. Hurtado, J. (2007).

1.3.1 Descripción del Método:

“Los estudios cuantitativos siguen un patrón predecible y estructurando el proceso. En una investigación cuantitativa se pretende explicar y predecir los fenómenos investigados, buscando regularidades y relaciones causales entre elementos” (*Sampieri, R. (2006)*).

“El enfoque cuantitativo se fundamenta en un esquema deductivo y lógico que busca formular preguntas de investigación e hipótesis para posteriormente probarlas” Sampieri R. (2004).

1.3.2 Técnicas e instrumentos de recolección:

“Las técnicas de recolección de datos como el procedimiento y forma particular de obtener datos e información; mientras que el instrumento es cualquier recurso, dispositivo o formato que se utiliza para obtener, registrar o almacenar información”. Hurtado, J. (2000).

La encuesta

“La encuesta es una técnica de recogida de datos mediante la aplicación de un cuestionario a una muestra de individuos. A través de las encuestas se pueden conocer las opiniones, las actitudes y los comportamientos de los ciudadanos”. Sampieri R. (2004).

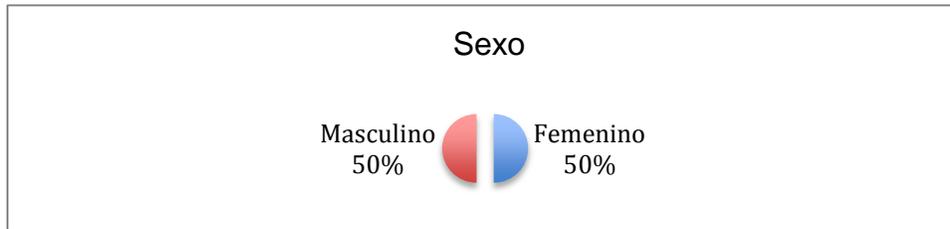
1.3.3. Cronograma del Diagnóstico

ACTIVIDAD	ENERO		FEBRERO	
	3	4	1	2
Semana				
Instrucciones para la elaboración del diagnóstico				
Recopilación de información de la institución				
Desarrollo de objetivos del diagnóstico				
Realización de encuestas				
Elaboración de tabulación de datos				
Redacción de FODA				
Desarrollo y entrega del Diagnóstico Comunicacional				

Fuente: <https://es.smartsheet.com/blog/como-crear-un-diagrama-de-gantt-en-excel>

1.4. Recopilación de Datos:

Gráfica 1



Fuente: Sindy Pensamiento, febrero 2018

Interpretación:

Las encuestas se realizaron a nivel externo de municipalidad tomando en cuenta una muestra equivalente al 50% de mujeres y el 50% de hombres que comprenden desde la edad de 20 a 50 años, dará los resultados necesarios para encontrar la falta de comunicación interna y externa de la misma.

Gráfica 2



Fuente: Sindy Pensamiento, febrero 2018

Interpretación:

El margen de la interpretación ante esta gráfica hace que el 100% de las personas encuestadas afirman que cuentan con una red social a disposición.

Gráfica 3

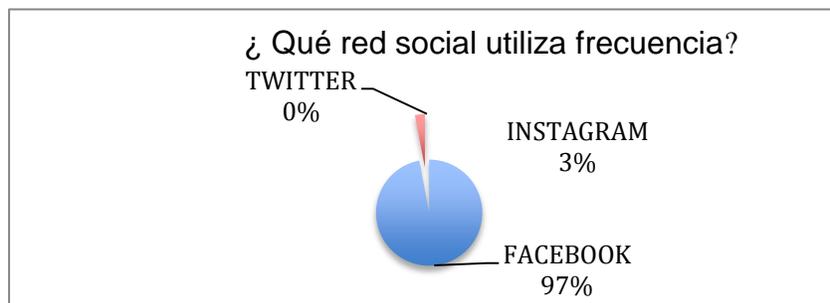


Fuente: Sindy Pensamiento, febrero 2018

Interpretación:

Los vecinos de San Agustín Acasaguastlán afirman que la red social que utilizan con mayor frecuencia es Facebook con el 97%, Instagram 3% y Twitter no es utilizado en esta población .

Gráfica 4

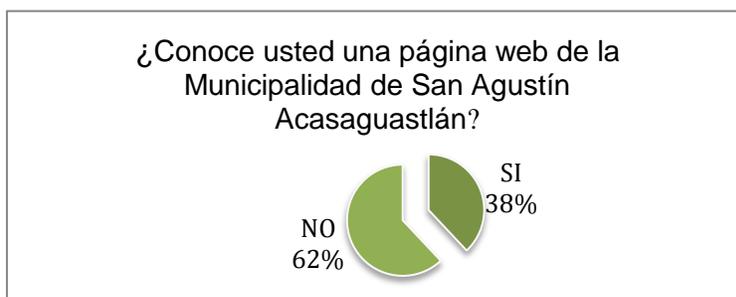


Fuente: Sindy pensamiento, febrero 2018

Interpretación:

La red social que afirman los vecinos de San Agustín Acasaguastlán, que utilizan con mayor frecuencia es Facebook con el 97%, Instagram 3% y Twitter no es utilizado en esta población.

Gráfica 5

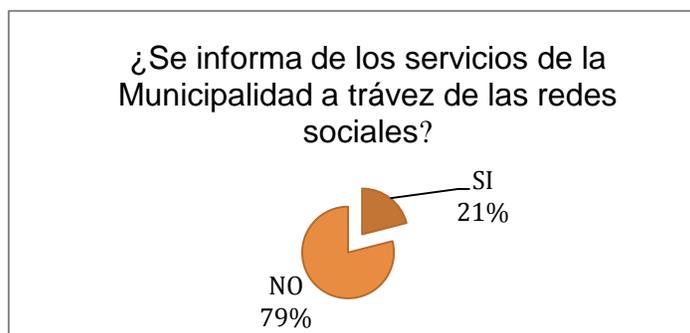


Fuente: Sindy Pensamiento, febrero 2018

Interpretación:

Esta gráfica muestra que el 62% de los encuestados no conocen ninguna página web de la Municipalidad, en cambio el 38% conocen una página.

Gráfica 6



Fuente: Sindy Pensamiento, febrero 2018

Interpretación:

El 79% de las personas no se informan de los servicios realizados por la municipalidad y el 21% si se ha informado.

Gráfica 7

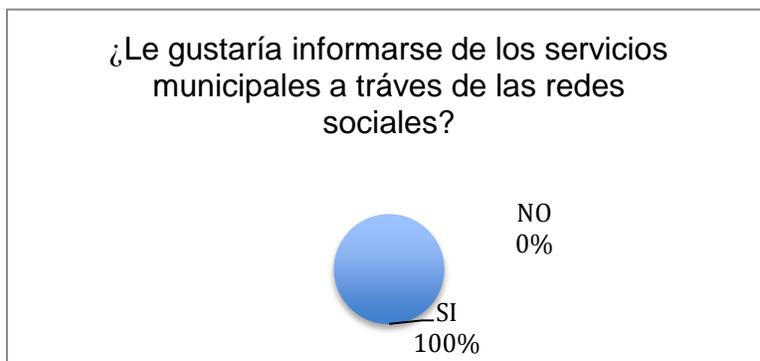


Fuente: Sindy Pensamiento, febrero 2018

Interpretación:

En esta gráfica podemos observar que el 100% de los habitantes del municipio cree que no hay una buena comunicación entre ellos.

Gráfica 8



Fuente: Sindy Pensamiento, febrero 2018

Interpretación:

El 100% está de acuerdo que le gustaría que se usara las redes sociales como canal de información para el pueblo.

1.5. Radiografía de la Institución

1.5.1. Fortaleza

- ✓ Respaldo de la Municipalidad de San Agustín Acasaguastlán.
- ✓ Voluntad y compromiso del personal de la Municipalidad.

1.5.2. Oportunidades

- ✓ Disponibilidad de la información de la institución.
- ✓ Elaboración de plataforma virtual (redes sociales).
- ✓ Elaboración de un sitio web con información de la Municipalidad.

1.5.3. Debilidad

- ✓ El departamento de comunicación esta fuera de las instalaciones de la municipalidad.
- ✓ El departamento de comunicación social no tiene acceso a internet.
- ✓ Inexistencia de herramientas electrónicas.
- ✓ Los vecinos desconocen proyectos realizados por la corporación municipal.
- ✓ Vecinos desconocen la red social Facebook de la municipalidad.
- ✓ Información poco confiable y sin relevancia en la red social.
- ✓ Falta de comunicación del personal de la municipalidad.

1.5.4. Amenazas

- ✓ Falta de seguimiento al proceso.
- ✓ Mala comunicación entre el departamento de comunicación social y el alcalde.
- ✓ El cambio de autoridades cada 4 años pone en riesgo la continuidad de los proyectos que se elaboran.

CAPÍTULO II

2. PLAN DE COMUNICACIÓN

2.1 Antecedentes Comunicacionales

Durante la elaboración del diagnóstico se pudo constatar que no se cuenta con un plan estratégico para divulgar las acciones que ejecuta el alcalde y su corporación municipal. No se cuenta con lineamientos específicos mediante un departamento de relaciones públicas.

Por tal razón se busca implementar una estrategia a través de un personal capacitado para el fortalecimiento de dicho departamento.

2.2 Objetivos de Comunicación

2.2.1. Objetivo General

- Elaborar un plan de comunicación externo para fortalecer la imagen institucional de la Municipalidad de San Agustín Acasaguastlán.

2.2.2 Objetivos Específicos

- Fortalecer la imagen institucional
- Generar contenido en la red social Facebook.
- Elaboración de material impreso, Banners para promocionar la red social Facebook de la municipalidad.
- Impartir taller de marketing digital.

2.3. Público Objetivo

Demográficos

Los habitantes del municipio de San Agustín Acasaguastlán se encuentran en un rango de 18 a 50 años, poseen y quieren adquirir información a través de la red social.

Psicográficos:

Hombres y mujeres que estén dentro del rango de 18 a 50 años de edad, habitantes del municipio de San Agustín Acasaguastlán. Solteros, casados, padres de familia, con deseos de buscar información a través de las red social Facebook.

Geográficos:

Habitantes del municipio de San Agustín Acasaguastlán, El Progreso, Guatemala.

Socioeconómicos

Dentro los principales aspectos podemos identificar a la producción socio económico de la población la: maderera, el comercio, la producción frutera y el turismo ecológico orientado a la sierra de las minas. El comercio esta centralizado principalmente en la aldea El Rancho, motor económico para las familias. Así también la producción de diversas frutas como cítricos y el chico zapote. El turismo es otro potencial y motor económico del municipio, ya que se cuentan con diversos sitios turísticos, además de la Reserva Biosfera Sierra de las Minas.

2.4 Mensaje

El mensaje que se utiliza en la municipalidad de San Agustín Acasaguastlán es:

“El desarrollo del pueblo somos todos”.

El mensaje se identifica con la labor que realiza la municipalidad para el pueblo y por el pueblo. Las necesidades y las oportunidades que existen en el municipio son a beneficio de todos, por lo tanto, corporación municipal y habitantes son encargados de velar por el desarrollo del pueblo y ver por el proceso de cambio y crecimiento.

2.5. Estrategias

Con el fin de fortalecer la imagen institucional de la municipalidad de San Agustín Acasaguastlán se realizó el rediseño del logotipo para fortalecer la imagen y el cambio de nombre de la institución en Facebook y el rediseño del logotipo. Se realizó un taller de marketing digital para que los empleados de la institución conocieran las herramientas y lo pongan en práctica. Todo esto va acompañado de material impreso (banners), la cual estará a la vista de todos los vecinos y personas particulares para que pueda conocer la red social Facebook.

2.6. Acciones de Comunicación

Acción 1	
¿A qué estrategia responde la acción?	Fortalecer la imagen institucional de la municipalidad de San Agustín Acasaguastlán
Problema	Debilidad comunicacional externa de la municipalidad de San Agustín Acasaguastlán.
Producto	Community Manager, manejo de las redes sociales
Objetivo Comunicacional	Dar a conocer el proceso de la utilización adecuada de la red social Facebook.
Tipo de Mensaje	Informativo
Público Objetivo	Externo, habitantes del municipio en un rango de 18 a 50 años.
Medio de difusión	Red social (Facebook) utilizada en este ciclo del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura

Acción 2	
A qué estrategia responde la acción	Fortalecer la imagen institucional de la municipalidad de San Agustín Acasaguastlán
Problema	Debilidad comunicacional fuera de la institución.
Producto	Rediseño de logotipo de la institución, nombre, información, slogan de la red social Facebook.
Objetivo Comunicacional	Colocar información fuera de las instalaciones de la municipalidad para las personas que estén interesadas en buscar información de la institución.
Tipo de Mensaje	Informativo e incentivo.
Público Objetivo	Externo, habitantes del municipio de un rango de 18 a 50 años.
Medio de difusión	Formato impreso que permita la observación de todos los habitantes.



Rediseño de logotipo



Diseño de portada de la red social Facebook

Fuente: Proyecto a cargo de epesista Sindy Pensamiento.

Acción 3	
A qué estrategia responde la acción	Fortalecer la imagen institucional de la municipalidad de San Agustín Acasaguastlán
Problema	Debilidad comunicacional fuera de la institución
Producto	Taller de Marketing Digital
Objetivo Comunicacional	Dar a conocer el proceso de un Community Manager y sus herramientas.
Tipo de Mensaje	Informativo
Público Objetivo	Externo, habitantes del municipio en un rango de 18 a 50 años.
Medio de difusión	Charlas impartidas en las instalaciones de la municipalidad de San Agustín Acasaguastlán.

Acción 4	
A qué estrategia responde la acción	Fortalecer la imagen institucional de la municipalidad de San Agustín Acasaguastlán
Problema	Desconocimiento de la red social Facebook de la municipalidad por parte de los habitantes del municipio.
Producto	Material impreso (Banners.
Objetivo Comunicacional	Dar a conocer y reforzar el proceso de la red social.
Tipo de Mensaje	Informativo incentivo
Público Objetivo	Externo, habitantes del municipio en un rango de 18 a 50 años.
Medio de difusión	Carteleras ubicadas en la municipalidad de San Agustín Acasaguastlán.



Banners de 60 x 160 cms. proyecto a cargo por la epesista Sindy Pensamiento.

CAPÍTULO III

3. INFORME DE EJECUCIÓN

3.1 PROYECTO DESARROLLADO

“ Estrategias para fortalecer la imagen institucional de la municipalidad de San Agustín Acasaguastlán

3.1.1. Financiamiento:

Los gastos en el desarrollo de la estrategia comunicacional fueron ejecutados al 100% por la epesista.

3.1.2. Presupuesto:

La municipalidad de San Agustín Acasaguastlán no contaba con un presupuesto para ejecutar la estrategia de comunicación sin embargo, el presupuesto se describe de la siguiente manera:

Detalle	Cantidad	Costo unitario	Costo Total	Financiamiento
Asesoría Comunicacional	1	Q8,000.00	Q8,000.00	Epesista
Taller de Marketing Digital	1	Q5000.00	Q5,000.00	Epesista
Diseño de banners	1	Q. 420.00	Q. 420.00	Epesista
Banners 0.80x1.70	5	Q70.00	Q350.00	Epesista
Plantilla para fotos	1	Q265.00	Q265.00	Epesista
Logotipo de la red social Facebook	1	Q250.00	Q250.00	Epesista
Logotipo de la red social Facebook	1	Q250.00	Q250.00	Epesista
TOTAL	-----	-----	Q14,535.00	

3.1.3. Beneficiarios:

	Beneficiarios	Beneficio
<i>Primarios</i>	Los vecinos del municipio de San Agustín Acasaguastlán.	Se informó sobre los proyectos realizados por la municipalidad de San Agustín Acasaguastlán.
<i>Secundarios</i>	La municipalidad de San Agustín Acasaguastlán	Se realizó un taller para dar a conocer aplicaciones que ayudara a tener una mejor facilidad en la utilización de las red social Facebook.

1.3.4. Recursos Humanos

Personal	Cargo	Actividad
Lic. Mario Augusto Castro Telles	Alcalde Municipal de San Agustín Acasaguastlán.	Autorización del cambio de imagen de la institución en su red social, la colocación de banners y manta vinílica en el Parque municipal e instalaciones municipales.
Lic. Carlos de Paz	Jefe de Recursos Humanos de la Municipalidad de San Agustín Acasaguastlán	Inducción para la impartición del taller en Marketing Digital para poner en práctica el uso correcto de las herramientas de esta red social.

3.1.5. Área geográfica de Acción:

La ejecución de la estrategia de comunicación se realizó en el departamento de comunicación social, de la municipalidad de San Agustín Acasaguastlán.

3.2. ESTRATEGIAS Y ACCIONES DESARROLLADAS

El desarrollo de la estrategia de comunicación se realizó a través de la actualización de la página de Facebook de la municipalidad de San Agustín Acasaguastlán para que las personas externas de la institución conocieran y siguieran la página de Facebook, y así poder demostrar por medio de imágenes y videos las obras realizadas por el alcalde municipal.

Estrategia: Rediseño de logotipo.

Objetivo Comunicacional: Se dio a conocer el modo correcto de la utilización de los cintillos en cada foto para resaltar cada una de ellas.

Descripción: Se realizó un diseño profesional de la foto de perfil y de portada con los colores institucionales para añadirle más estilo y generar impacto en la página de Facebook.



Este es el antiguo logotipo que utilizaba la comuna. A este logotipo se le hizo un rediseño para el nuevo lanzamiento de la red social Facebook. Proyecto a cargo por la epesista Sindy Pensamiento.



Este es el diseño de la foto de portada utilizado en la red social Facebook. Incluye una fotografía del parque municipal Renacimiento y tiene el nombre de la fan page antigua "San Agustín Online", con letras color azul. Proyecto a cargo por la epesista Sindy Pensamiento.



Se rediseño el logotipo de la municipalidad. Se cambió la tipografía del texto "Municipalidad San Agustín Acasaguastlán" con un tipo de letra helvética y los colores institucionales azul y amarillo. Proyecto a cargo por la epesista Sindy Pensamiento.



Diseño final de la foto de portada de la red social Facebook a utilizar. Se destaca la agricultura y la iglesia emblemática del pueblo. Además se incluye el mensaje municipal " El desarrollo del pueblo somos todos". Proyecto a cargo por la epesista Sindy Pensamiento.



Diseño de cintillos en el cual se respeta la línea grafica de los colores institucionales azul y amarillo para la publicación de post. Proyecto a cargo por la epesista Sindy Pensamiento.

Estrategia: Material impreso (Banners).

Objetivo Comunicacional: Se brindó la información con que nombre podrían encontrar la página de Facebook de la municipalidad para que los vecinos del lugar la encontrarán de una manera más fácil.

Descripción: Se realizaron banners y una manta vinílica en las cuales indicaba el nombre con el que encontraban la página de Facebook de la municipalidad de San Agustín Acasaguastlán.

Acciones desarrolladas: Se diseñó la imagen que se utilizó en los banners y manta vinílica resaltando la escultural iglesia católica, famosa por su fachada barroca, su fruta y el escudo de la municipalidad. Se dio a conocer el nuevo nombre de la página de Facebook.



Banners de 60x160 metros, diseño a cargo por la epesista Sindy Pensamiento.



Colocación de manta vinílica en el Parque Renacimiento de San Agustín Acasaguastlán por epesista Sindy Pensamiento.



Colocación banners en el Parque Renacimiento de San Agustín Acasaguastlán por epesista Sindy Pensamiento.



Colocación de Banners en el exterior de la Municipalidad de San Agustín Acasaguastlán por epesista Sindy Pensamiento.



Colocación de Banners en el interior de la Municipalidad de San Agustín Acasaguastlán por epesista Sindy Pensamiento.

Estrategia: Taller en Marketing Digital

Objetivo Comunicacional: Se brindó información a los asistentes del taller sobre el manejo de la red social Facebook. Mejorar la estrategia y horarios de publicación de información. El uso correcto de las herramientas de esta red social (Horario de publicaciones, videos en vivo, programación de post, uso adecuado de cintillos, calidad de fotografías, etc.).

Descripción: Se desarrolló el taller sobre el manejo de la red social Facebook, en la cual se indicó paso a paso la correcta utilización de esta red y sus herramientas.

Acciones desarrolladas: Se impartió un taller intensivo que tuvo una duración de dos horas, en las instalaciones de la Municipalidad de San Agustín Acasaguastlán y se desarrolló de la siguiente manera:

- Expositor: Mónica Ávila, periodista profesional y Community Manager de páginas como Publinews, Sony Music, entre otras. El tema a exponer fue Marketing Digital la cual brindó información sobre herramientas para diseñar contenido en la página como: Canva, Giphy y make a gif, Desynger y tips para gestionar de una forma efectiva la página de la institución.



Capacitación del equipo de redes sociales de la Municipalidad de San Agustín Acasaguastlán.

Proyecto a cargo por la epesista Sindy Pensamiento



Conferencista impartiendo taller sobre marketing digital.
Proyecto a cargo por epesista Sindy Pensamiento.



Empleados municipales durante el taller de marketing digital.
Proyecto a cargo por la epesista Sindy Pensamiento.

3.3 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

ACTIVIDAD	Mayo				Junio				Julio			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Fortalecimiento de la red social Facebook.												
Elaboración de contenido.												
Impresión y colocación de banners.												
Monitoreo de redes sociales.												
Taller de marketing digital.												
Evaluación.												
Entrega del informe final de ejecución.												

Fuente: <https://es.smartsheet.com/blog/como-crear-un-diagrama-de-gantt-en-excel>

3.4 CONTROL Y SEGUIMIENTO

Estrategias	Indicadores cuantitativos	Indicadores cualitativos
<p>Actualizar la foto de perfil y portada a la página oficial de Facebook de la comuna de San Agustín para darle un cambio a su imagen.</p>	<p>Al momento de actualizar la página social se observó un incremento en sus usuarios en un 60%. Logrando una cantidad de seguidores arriba del 25% cada semana.</p>	<p>Tras realizar las actualizaciones, los usuarios (vecinos) comentaron sobre el cambio de imagen favorable para la comuna. Además, dijeron sentirse más identificados con la página y la información.</p>
<p>Se dio a conocer la página institucional a través de la colocación de banners y una manta vinílica.</p>	<p>Los banners fueron vistos por el 100% de los vecinos de la comunidad.</p>	<p>A través de la colocación de banners y la manta vinílica, la estrategia fue un éxito fueron visto por los vecinos del municipio.</p>
<p>Se brindó información acerca de la utilización de las aplicaciones en teléfonos móviles como herramientas para mejorar la comunicación.</p>	<p>El taller lo recibieron cinco personas que laboran en la municipalidad de San Agustín Acasaguastlán.</p>	<p>Al haber recibido el taller, los editores de la página institucional aprendieron a utilizar las herramientas y a mejorar las estrategias.</p>

CONCLUSIONES

- El Ejercicio Profesional Supervisado aporta a las unidades de comunicación social institucionales mejoramientos sobre los canales de recepción para los vecinos a través de las redes sociales. En este caso reforzamos la página oficial Facebook donde los usuarios lograron una mejor interacción con la Municipalidad de San Agustín Acasaguastlán y recibieron información de sus servicios.
- La red social Facebook, es una plataforma que llega a más de mil millones de habitantes en todo el mundo y en Guatemala. Lo utilizan alrededor de cinco millones de personas. Es por excelencia el mejor canal de comunicación en la Web, y su uso institucional funciona correctamente para que las empresas, municipalidad y otras dependencias puedan trasladar información a los usuarios.
- Mejorar la imagen institucional de la comuna ayudó a fortalecer la comunicación, a través de personalizar, reforzar y crear lineamientos del logotipo y posicionar a la Municipalidad en la mente de los usuarios y vecinos del lugar.
- A través del taller de cómo utilizar las redes sociales (Facebook) se logró que los integrantes de la unidad de Comunicación Social de la comuna, pudieran aprender más sobre esta plataforma y reforzar las habilidades para publicar y llegar a más vecinos a través de la Web.

RECOMENDACIONES

- Las redes sociales se han convertido en una herramienta muy popular y necesaria dentro de la sociedad. Toda publicación realizada dentro de las mismas debe tener un contenido sustancioso y capcioso.
- Se recomienda publicar contenido que ayude a los usuarios a estar más cerca de la marca, además de realizarlo de forma frecuente. Aplicar los horarios en los cuales las publicaciones y la respuesta pueda potenciar su alcance.
- Definir un tono de comunicación universal y utilizarlo en todos los canales sociales y en la web. Este tono de lenguaje hará que la marca sea fácil de identificar por la audiencia.
- Utilizar imágenes y videos para aumentar la virilidad. Además, este tipo de publicaciones resultan ser más atractivos para la audiencia, generando más tráfico dentro de la misma.
- Utilizar el recurso de herramientas extras para potenciar las publicaciones, además de generar contenido atractivo para la audiencia.
- Prestar atención a la ortografía y redacción de los community manager. Asimismo, evitar el uso de mayúsculas de forma exagerada.
- Se recomienda utilizar un formato propio para las publicaciones de contenidos. Utilizar tipografía y colores alineados a la imagen corporativa de la marca.

GLOSARIO DE TÉRMINOS

1. **Acciones:** Poner en funcionamiento un mecanismo. Gesticular o hacer movimientos y gestos para dar a entender alguna cosa o para acompañar a la palabra.
2. **Área Geográfica:** Es una extensión de territorio que comparte las mismas características de suelo, clima, vegetación, fauna, etc. Que no tiene por qué coincidir con las divisiones políticas (provincias, departamentos, estados, etc.)
3. **Canva:** Es una herramienta realmente espectacular para diseñar y crear contenido web de todo tipo.
4. **Communitty Manager:** Es un profesional responsable de construir, gestionar y administrar la comunidad online alrededor de una marca en Internet, creando y manteniendo relaciones estables y duraderas con sus clientes, sus fans y, en general, cualquier usuario interesado en la marca.
5. **Cronograma:** Es una representación gráfica y ordenada con tal detalle para que un conjunto de funciones y tareas se lleven a cabo en un tiempo estipulado y bajo unas condiciones que garanticen la optimización del tiempo.
6. **Comunicación:** Es una actividad consciente de intercambiar información a través de un emisor y receptor con el fin de transmitir o recibir mensajes a través de un sistema compartido de signos y normas semánticas
7. **Debilidades:** Deficiencias que le impiden alcanzar las metas fijadas a un individuo o empresa ante la competencia.
8. **Desynger:** Es una herramienta de diseño colaborativo online con miles de plantillas asombrosas pre-diseñadas que pueden ser fácilmente retocadas, editadas.

- 9. Diagnóstico:** Son resultados que se arrojan a un estudio, evaluación o análisis sobre determinado ámbito. Análisis que se realiza para determinar cualquier situación y cuáles son las tendencias.
- 10. Diagnóstico Comunicacional:** Es un proceso de cambio que se inicia en el reconocimiento de la situación actual de una empresa o institución, de los distintos grupos que la conforman, con el objetivo de evaluar la eficacia de los sistemas de comunicación de la empresa o institución.
- 11. Encuesta:** Serie de preguntas que se hace a muchas personas para reunir datos o para detectar la opinión pública sobre un asunto determinado.
- 12. EPSL:** Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura
- 13. Estrategia:** Una estrategia se compone de una serie de acciones planificadas que ayudan a tomar decisiones y a conseguir los mejores resultados posibles.
- 14. Facebook:** Es una plataforma con la mayor función en las redes sociales simplemente es la de conectar personas con personas, sean estos amigos, familiares, compañeros de estudio o de trabajo, o socios de negocios.
- 15. Financiamiento:** El término financiamiento sirve para referirse a un conjunto de medios monetarios o de crédito, destinados por lo general para la apertura de un negocio o para el cumplimiento de algún proyecto, ya sea a nivel personal u organizacional.
- 16. FODA:** Es el estudio de la situación de una empresa u organización a través de sus fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, tal como indican las siglas de la palabra y, de esta manera planificar una estrategia del futuro.

- 17. Gif:** Es un formato de intercambio de imágenes y gana popularidad gracias a que es uno de los archivos más compartidos en la red social. Consiste en el movimiento de uno o varios fotogramas alrededor de 3-5 segundos de duración y que se repite de manera infinita.
- 18. Giphy y make a gif** Es una herramienta en línea para crear gifs animados a partir de vídeos alojados en la web.
- 19. Herramientas:** Las herramientas sirven para proporcionar la estructura, la flexibilidad y el control necesario a los miembros del equipo de trabajo para alcanzar resultados extraordinarios a tiempo y dentro del presupuesto.
- 20. Metodología:** Mecanismos o procedimientos racionales, empleados para el logro de un objetivo, o serie de objetivos que dirige una investigación científica.
- 21. Observación:** Es una técnica que consiste en observar atentamente el fenómeno, hecho o caso, tomar información y registrarla para su posterior análisis.
- 22. Organigrama:** Representación gráfica de la estructura de una empresa o una institución, en la cual se muestran las relaciones entre sus diferentes partes y la función de cada una de ellas, así como de las personas que trabajan en las mismas.
- 23. Online:** Es una palabra inglesa que significa “en línea”. El concepto se utiliza en el ámbito de la informática para nombrar a algo que está conectado en alguna red social.
- 24. Presupuesto:** Es la suma total de dinero asignado con el propósito de cubrir todos los gastos durante un periodo de tiempo específico.
- 25. Plan de Comunicación:** Es un documento que recoge las políticas, estrategias, recursos, objetivos y acciones de comunicación, tanto internas como externas, que se propone realizar una organización.

- 26. Proyecto:** Idea de una cosa que se piensa hacer y para la cual se establece un modo determinado y un conjunto de medios necesarios.
- 27. Recursos Humanos:** este departamento hace referencia al manejo administrativo, al mismo tiempo se encarga de gestionar y dirigir el personal de la empresa.
- 28. Redes Sociales:** Las redes sociales son sitios de Internet formados por comunidades de individuos con intereses o actividades en común (como amistad, parentesco, trabajo) y que permiten el contacto entre estos, de manera que se puedan comunicar e intercambiar información.
- 29. Seguimiento:** El seguimiento consiste en la aplicación de controles periódicos de las variables seleccionadas. Si no se establecen unos objetivos claros para el seguimiento, no pueden cumplirse estos requerimientos.
- 30. Técnicas:** Son procedimientos metodológicos y sistemáticos que se encargan de operativizar e implementar los métodos de Investigación y que tienen la facilidad de recoger información de manera inmediata, las técnicas son también una invención del hombre y como tal existen tantas técnicas como problemas susceptibles de ser investigados.

BIBLIOGRAFÍA

Hurtado de Barrera, J. (2010). *Guía para la comprensión holística de la ciencia* (3ra. Ed.) Fundación Sypal: Caracas.

Sampieri, R. & Fernández, C. C. & Baptista, L. P. (2014) *Metodología de la investigación* (5ta. Ed.), McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.

E- GRAFÍA

Diccionario de la Real Academia Española (Fecha de consulta: agosto de 2018).
Disponible en: <http://dle.rae.es/?w=diccionario>.

Manual de uso de los Medios Sociales (fecha de consulta: julio 2018) Disponible
en: http://www.apega.org/attachments/article/896/manual_uso_medios_sociales.pdf

Marketing online y redes sociales. (fecha de consulta: julio 2018) Disponible en:
<http://www.juancmejia.com/temas-varios/community-manager-nuevo-protagonista-de-lasempresas-modernas-campus-party-medellin-2013-cpc06/>

Misión y Visión de la Municipalidad de San Agustín Acasaguastlán (fecha de
consulta: julio 2018) Disponible en : <http://anam.org.gt/LAIP/sanagustina/>

ANEXOS



UNIVERSIDAD SAN CARLOS DE GUATEMALA ESCUELA CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN



Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura 2018

Con el objeto recaudar mayor información sobre el uso de las redes sociales en la Municipalidad de San Agustín Acasaguastlán, agradecemos responder la siguiente encuesta. Los datos obtenidos servirán para la realización del proyecto final del Ejercicio Profesional de Licenciatura –EPS-.

Le pedimos que sea honesto con sus respuestas.

1. Marque con una X la respuesta que considere adecuada.

Sexo: M ___ F ___

2. ¿Tiene usted cuenta en alguna Red Social? SI: _____ NO: _____

3. ¿Utiliza con frecuencia su cuenta de red social? SI: _____ NO: _____

4. ¿Qué red social utilizas más con frecuencia? Facebook: _____ Twitter: _____
Instagram: _____

5.. ¿Conoce usted una página web de la Municipalidad de San Agustín Acasaguastlán?

SI: _____ NO: _____

6. ¿Se informa de los servicios municipales a través de las redes sociales?

SI: _____ NO: _____

7. ¿Considera usted que hay una buena fuente de comunicación entre los vecinos y la municipalidad?

SI: _____ NO: _____

8. ¿Le gustaría informarse de los servicios municipales a través de las redes sociales?

SI: _____ NO: _____

Vaciado de las Encuestas

Sexo	Masculino 50	Femenino 50							
Edad	20-50 años								
Personas encuestadas	100 personas								
Interrogantes	Respuestas	Si	No						
¿Tiene usted cuenta en alguna Red Social?		100	00						
¿Utiliza con frecuencia su cuenta de red social?		85	15						
¿Qué red social utiliza frecuencia?									
<table border="1" style="margin-left: auto; margin-right: auto;"> <tr> <td>Facebook</td> <td>97</td> <td>Instagra</td> <td>3</td> <td>Twitter</td> <td>00</td> </tr> </table>		Facebook	97	Instagra	3	Twitter	00		
Facebook	97	Instagra	3	Twitter	00				
¿Conoce usted una página web de la Municipalidad de San Agustín Acasaguastlán?		38	62						
¿Se informa de los servicios de la municipalidad a través de las redes sociales?		21	79						
¿Considera usted que hay una buena fuente de comunicación entre los vecinos y la municipalidad?		00	100						
¿Le gustaría Informarse de los servicios municipales a través de las redes sociales?		100	00						

Encuestas



Realización de encuestas a vecinos de San Agustín Acasaguastlán por epesista Sindy Pensamiento.



Realización de encuesta a vecina de San Agustín Acasaguastlán por epesista Sindy Pensamiento.



Vecinos de San Agustín respondiendo encuesta realizadas por epesista Sindy Pensamiento



Realización de encuesta a vecinos de San Agustín Acasaguastlán por epesista Sindy Pensamiento.



Epesista Sindy Pensamiento presenta su proyecto “Estrategias para fortalecer la imagen institucional de la municipalidad de San Agustín Acasaguastlán”, al alcalde municipal de San Agustín Acasaguastlán.



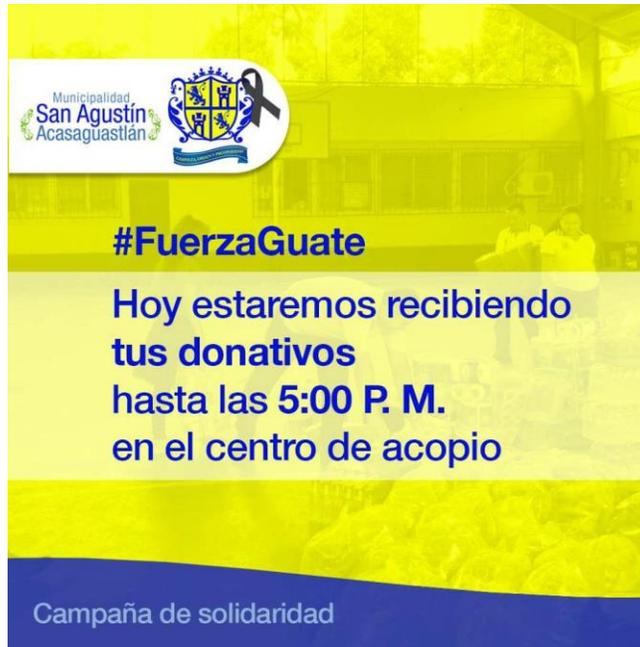
Epesista Sindy Pensamiento presenta su proyecto “Estrategias para fortalecer la imagen institucional de la municipalidad de San Agustín Acasaguastlán”, al alcalde municipal de San Agustín Acasaguastlán.



Epesista Sindy Pensamiento trabaja el plan de comunicación con el Licenciado Josué Andrade, en oficinas del edificio M2, de la Universidad San Carlos de Guatemala.



Epesista Sindy Pensamiento trabaja el plan de comunicación con el Licenciado Josué Andrade, en oficinas del edificio M2, de la Universidad San Carlos de Guatemala.



Material diseñado por la epesista Sindy Pensamiento para la publicación en la red social Facebook.



Material diseñado por la epesista Sindy Pensamiento para la publicación en la red social Facebook.



Material diseñado por la epesista Sindy Pensamiento para la publicación en la red social Facebook.



Material diseñado por la epesista Sindy Pensamiento para la publicación en la red social Facebook.

Ficha de Registro de horas de Práctica Profesional Supervisada

Nombre del Alumno (a): Sindy Annaly Pensamiento Ordoñez
No. Carné y DPI: 200722488 / 1577 00089 0203
Jefe o Encargado (a): Lic. Mario Augusto Catro Telles , Alcalde Municipal
Institución o Empresa: Municipalidad de San Agustín Aca:aguastlán
Supervisora de EPSL: Licda. Sandra Hernández.

Sem . No.	Fechas	MES	HORAS PRACTICADAS						Total horas en la Semana
			Lun.	Mar.	Mier.	Jue.	Vie.	Sáb.	
*1	Del: 21 / Al: 25	Mayo	6	6	7	7	7	x	33 hrs.
2	Del: 28 / Al: 01	Mayo	6	6	7	7	7	x	33hrs
3	Del: 04 / Al: 08	Junio	6	6	7	7	7	x	33 hrs.
4	Del: 11 / Al: 15	Junio	6	6	7	7	7	x	33 hrs.
5	Del: 18 / Al: 22	Junio	6	6	7	7	7	x	33 hrs.
6	Del: 25 / Al: 29	Junio	6	6	7	7	7	x	33 hrs.
7	Del: 02 / Al: 06	Julio	6	6	7	7	7	x	33 hrs.
8	Del: 02 / Al: 13	Julio	6	7	7	7	7	x	34 hrs.
9	Del: 16 / Al: 20	Julio	7	7	7	7	7	x	35 hrs.
10	Del: / Al:								
TOTAL DE HORAS DE PRÁCTICA ACUMULADAS									300 hrs.

(A) Mario Augusto Catro Telles
 Lic. Mario Augusto Castro Telles
 Alcalde Municipal



(F) Sandra Hernández
 Licda. Sandra Hernández
 Supervisora EPSL

