

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



“Estrategias de comunicación para fortalecer la comunicación interna en la  
Municipalidad de San José Pinula”

Informe Final del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura

Presentado al Honorable Consejo Directivo por:

**DEBORA LILIANA CABRERA MORALES DE ESTEVEZ**

Previo a optar el título de:

**LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**Guatemala, octubre de 2018**

## **Consejo Directivo**

### **Director**

M.Sc. Sergio Vinicio Morataya

### **Representantes Docentes**

Lic. Mario Campos

Lic. Gustavo Morán

### **Representantes Estudiantiles**

Pub. Gabriela Eugenia Menegazzo Cu

Pub. Heber Libni Emanuel Escobar Juárez

### **Representante de Egresados**

M.A. Michael González Bártres

### **Secretaria Administrativa**

M.Sc. Claudia Molina

### **Coordinador EPS Licenciatura**

Lic. Luis Pedroza Gaytán

### **Supervisores de EPS Licenciatura**

Licda. Sandra Nohemí Hernández y Hernández

Lic. Fernando Ismael Flores Barrios



# Municipalidad de San José Pinula

1a. Calle 4-30, Zona 2, San José Pinula

PBX: (502) 6626-5500

www.munisanjosepinula.gob.gt

Guatemala, 30 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: Debora Liliana Cabrera de Estevez con número de **Carné: 200217180 y CUI: 2488706291801**; 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 y Divulgación" cumpliendo con 300 horas efectivas de práctica comprendidas del **14 de mayo al 18 de julio** del año en curso; tiempo durante el cual ejecutó el proyecto comunicacional: "Estrategias de comunicación para fortalecer la comunicación interna en la Municipalidad de San José Pinula" 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. Jonny Herrera



Coordinador de Comunicación Social y Divulgación

**¡En Marcha con el Desarrollo!**



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

Guatemala, 10 de octubre de 2018

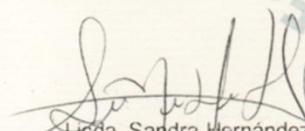
Estudiante  
Debora Liliana Cabrera Morales de E.  
Carné: 200217180  
Escuela de Ciencias de la Comunicación, USAC

De mi consideración:

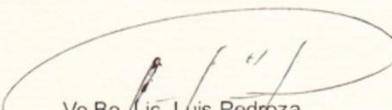
Por este medio informo a usted, que he revisado el Informe Final de su Proyecto de EPS de Licenciatura con título: "ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN PARA FORTALECER LA COMUNICACIÓN INTERNA EN LA MUNICIPALIDAD DE SAN JOSE PINULA". El citado trabajo llena los requisitos de rigor del presente Programa, por lo 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**



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

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

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

## **DEDICATORIAS**

### **A Dios:**

Mi Señor y creador por su amor, misericordia, bondad y por permitirme finalizar esta etapa.

### **A mi padre:**

Don Antonio Cabrera Méndez (QEPD) por enseñarme con su ejemplo de lucha, de perseverancia y positivismo a perseguir mis sueños y siempre tener una meta y un sueño que alcanzar.

### **A mi madre:**

Por su amor y apoyo incondicional, por su ejemplo de trabajo y esfuerzo, por compartir mis sueños y ayudarme a alcanzarlos. Por sus palabras de ánimo y motivación.

### **A mi esposo:**

Henry Vinicio Estevez por su amor, paciencia y apoyo en todo momento.

### **A mis hijos:**

Diego Vinicio y Débora Michelle por su amor, su compañía y por creer en mí.

## **AGRADECIMIENTOS**

**A Dios:** quien me ha dado la fuerza y la entereza para finalizar mí carrera universitaria.

**A LA USAC Y ECC:** Por su aporte en mi formación académica.

**AL EQUIPO DE EPSL:** Por impartir sus conocimientos, su guianza, dedicación, apoyo y paciencia en la realización de este proyecto.

**A MI FAMILIA EN GENERAL:** esposo, hijo, hija, hermanas, cuñados, cuñadas, sobrinos, sobrinas y sobrinos nietos.

**A MIS AMIGOS Y AMIGAS DE LA UNIVERSIDAD:** Por haber recorrido juntos este camino y ahora ser parte de mi vida.

**A LAS PERSONAS QUE PUSIERON UN GRANITO DE ARENA PARA CULMINAR ESTA ETAPA:** Autoridades de mi trabajo, jefa, jefe, exjefe, compañeros y compañeras de trabajo, a la Municipalidad de San José Pinula y al personal municipal que participó en este proyecto.

**A MIS AMIGAS EN GENERAL:** Por sus palabras de ánimo y por estar allí, en especial a la Licenciada Evelyn Díaz, por su apoyo incondicional y paciencia.

**AL EQUIPO DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA MUNICIPALIDAD DE SAN JOSÉ PINULA:** por abrimme las puertas para realizar este proyecto, por su apoyo, sus enseñanzas y su amistad.

## INDICE

<b>RESUMEN</b> .....	I
<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	II
<b>JUSTIFICACIÓN</b> .....	III
<b>CAPÍTULO I</b>	
<b>1. DIAGNÓSTICO</b> .....	1
<b>1.1. OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO</b> .....	1
1.1.1.    Objetivo General .....	1
1.1.2.    Objetivos Específicos.....	1
<b>1.2. LA INSTITUCIÓN</b> .....	1
1.2.1.    Ubicación Geográfica .....	1
1.2.2.    Integración y Alianzas Estratégicas.....	1
1.2.3.    Antecedentes o Historia .....	2
1.2.4.    Departamentos o dependencias.....	2
1.2.5.    Misión .....	5
1.2.6.    Visión .....	5
1.2.7.    Objetivos Institucionales.....	5
1.2.8.    Público Objetivo .....	6
1.2.9.    Organigrama .....	7
<b>1.3 METODOLOGÍA</b> .....	8
1.3.1.    Descripción del método.....	8
1.3.2.    Técnicas e instrumentos de recolección.....	9
1.3.3.    Cronograma del Diagnóstico .....	11
<b>1.4 RECOPIACIÓN DE DATOS</b> .....	12
1.4.1.    Ficha de las entrevistas.....	12
1.4.2.    Resultado de las entrevistas .....	13
1.4.3.    Resultado de la Observación .....	13
1.4.4.    Resultado del Focus Group.....	13
1.4.5.    Tablas comparativas, puntos de encuentro y disensos entre entrevistados .....	14
1.4.6.    Gráficas.....	15
<b>1.5 RADIOGRAFÍA DE LA INSTITUCIÓN</b> .....	19
1.5.1.    Fortalezas .....	19
1.5.2.    Oportunidades.....	19

1.5.3	Debilidades .....	19
1.5.4	Amenazas .....	19

## **CAPÍTULO II**

<b>2.</b>	<b>PLAN DE COMUNICACIÓN.....</b>	<b>20</b>
2.1	<b>ANTECEDENTES.....</b>	<b>20</b>
2.2	<b>OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN .....</b>	<b>20</b>
2.2.1	Objetivo General .....	20
2.2.2	Objetivos específicos .....	20
2.3	<b>PÚBLICO OBJETIVO .....</b>	<b>20</b>
2.3.1	Aspecto socioeconómico.....	20
2.3.2	Aspecto demográfico.....	21
2.3.3	Aspecto psicográfico .....	21
2.4	<b>MENSAJE.....</b>	<b>21</b>
2.5	<b>ESTRATEGIAS.....</b>	<b>21</b>
2.6	<b>ACCIONES .....</b>	<b>22</b>
2.6.1	Charlas y Talleres .....	25

## **CAPITULO III**

<b>3.</b>	<b>INFORME DE EJECUCIÓN .....</b>	<b>27</b>
3.1	<b>PROYECTO DESARROLLADO .....</b>	<b>27</b>
3.1.1.	Financiamiento.....	27
3.1.2.	Presupuesto.....	27
3.1.3	Beneficiarios .....	28
3.1.4	Recursos Humanos.....	28
3.1.5	Área Geográfica de Acción .....	28
3.2	<b>ESTRATEGIA Y ACCIONES DESARROLLADAS .....</b>	<b>29</b>
3.3	<b>CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES .....</b>	<b>36</b>
3.4	<b>CONTROL Y SEGUIMIENTO .....</b>	<b>37</b>
	<b>CONCLUSIONES .....</b>	<b>38</b>
	<b>RECOMENDACIONES .....</b>	<b>39</b>
	<b>GLOSARIO DE TÉRMINOS.....</b>	<b>40</b>
	<b>BIBLIOGRAFÍA .....</b>	<b>45</b>
	<b>EGRAFÍA.....</b>	<b>46</b>

**ANEXOS** ..... 47

    Transcripción completa de las entrevistas ..... 47

    Modelo de la entrevista ..... 50

    Modelo de la Encuesta ..... 51

    Fotografías del proceso del EPS ..... 52

    Diseño de material impreso ..... 58

    Ficha de registro de horas ..... 63

## **RESUMEN**

**Nombre de la institución:** Municipalidad de San José Pinula

**Nombre del Proyecto:** “Estrategias de comunicación para fortalecer la comunicación interna en la Municipalidad de San José Pinula”

### **Objetivos del Proyecto:**

#### **Objetivo General:**

- Presentar un plan de comunicación interna en la Municipalidad de San José Pinula.

#### **Objetivos específicos:**

- Implementar canales de comunicación para mejorar la comunicación interna.
- Mejorar la comunicación interna con el personal de la Municipalidad a través de estrategias y acciones comunicacionales.
- Incentivar la identidad del personal con la Municipalidad.
- Establecer procedimientos para solicitud de cobertura mediática entre Comunicación Social y los departamentos involucrados.

### **Sinopsis del Proyecto:**

El proyecto se desarrolló según las necesidades detectadas en la institución en el tema de comunicación, para ello se desarrollaron estrategias y acciones orientadas a mejorar el clima laboral y los procesos de comunicación interna, tomando en consideración la importancia que tiene para las autoridades municipales que se den a conocer los proyectos, las actividades y las gestiones que realizan en beneficio de la población pinulteca.

## INTRODUCCIÓN

La Municipalidad de San José Pinula cuenta con una imagen institucional fortalecida entre los pobladores del Municipio, tiene un área de Comunicación y Divulgación que maneja cinco medios de comunicación externa, que buscan que los pinultecos estén informados del buen uso y manejo de los recursos con los que cuenta la administración actual; en la fase del diagnóstico de este proyecto se determinó que la comunicación interna en la institución no era efectiva y el personal municipal no se sentía identificado con la institución; además, se identificó la necesidad de mejorar en esos aspectos.

A partir de los hallazgos anteriores, se plantearon estrategias y acciones en la búsqueda de mejorar y fortalecer la comunicación interna, mejorar el clima laboral y establecer canales de comunicación.

Con mensajes de motivación se buscó incentivar a los colaboradores y reforzar su sentido de pertenencia con la institución, así como mejorar el clima organizacional, para que las tareas diarias se realicen en un ambiente agradable de integración, de compromiso y responsabilidad, tomando en cuenta que cada uno de los colaboradores es una parte importante dentro y fuera de la institución.

## JUSTIFICACIÓN

La comunicación organizacional es indispensable en instituciones y organizaciones tanto privadas como estatales. La Municipalidad de San José Pinula, como organización realiza cientos de procesos en los que es necesario que la comunicación sea efectiva y fluida; encabezando el proceso comunicacional con las autoridades municipales, y en forma descendente hasta los empleados que por la naturaleza de su trabajo se encuentran fuera de las instalaciones, es así como la comunicación efectiva de la institución repercute en el buen servicio al público, y para que los empleados se sientan identificados y se sientan parte con la institución.

Por lo anterior, y por los resultados obtenidos en la fase del diagnóstico del presente proyecto, se busca que con las estrategias de comunicación presentadas y realizadas se fortalezca la comunicación interna y se mejore el clima laboral. El proyecto, así mismo, responde a la necesidad expuesta por los colaboradores de establecer canales de comunicación y que existan procesos de comunicación interna para estar informados de los proyectos y las acciones de la municipalidad y sus autoridades.

Para la realización del proyecto se contó con la disposición del Concejo Municipal, la participación de jefes de departamento y colaboradores de las áreas administrativas, mantenimiento y servicios públicos, por lo que la efectividad del proyecto y la estrategia de comunicación se evidenciarán al momento que el personal este informado, motivado y en el mejor trato al público.

# CAPÍTULO I

## 1. Diagnóstico Comunicacional del área de Comunicación Social y Divulgación de la Municipalidad de San José Pinula, Guatemala

### 1.1. Objetivos del diagnóstico

#### 1.1.1. Objetivo General

Conocer el estado actual de los procesos de comunicación del área de Comunicación Social y Divulgación de la Municipalidad de San José Pinula.

#### 1.1.2. Objetivos Específicos:

Examinar la comunicación organizacional.

Identificar los problemas en los procesos de comunicación de la entidad.

Evaluar la efectividad de los canales que utilizan para recibir información.

### 1.2. La Institución

#### 1.2.1. Ubicación Geográfica

La Municipalidad de San José Pinula se localiza en la 1ª calle 4ª avenida, zona 2 del municipio con el mismo nombre.

San José Pinula se ubica a 22 kilómetros de la Ciudad. Limita al norte con los municipios de Palencia y Guatemala; al este con el municipio de Mataquesquintla, Jalapa; al sur con el municipio de Santa Rosa Lima, Santa Rosa, y al oeste con los municipios de Santa Catarina Pinula y Fraijanes, del departamento de Guatemala. (Anexo 3)

#### 1.2.2 Integración y Alianzas Estratégicas

La Constitución de la República en su Artículo 224, Estructura y Organización del Estado otorga a las municipalidades autonomía política, económica y administrativa en los asuntos de gobierno en cada jurisdicción; está encargada de organizar la vida social, el uso de los recursos existentes, y promover el desarrollo. Según las necesidades a tratar la municipalidad mantiene estrecha relación con el Gobierno Central, los Ministerios, Secretarías de Estado, la Contraloría General de Cuentas,

Policía Municipal de Tránsito, Asociación Nacional de Municipalidades, la Procuraduría de los Derechos Humanos, las instituciones de prevención, ayuda y rescate; localmente con los Consejos Comunitarios de Desarrollo Urbano y Rural, alcaldes auxiliares, Comités Promejoramiento y la población en general.

### 1.2.3 Antecedentes o Historia

La unidad de Acceso a la Información Pública de la Municipalidad tiene como único antecedente, que el 1 de octubre de 1886 se separó de Santa Catarina Pinula y se estableció por Acuerdo Gubernativo del expresidente General Manuel Lisandro Barillas, siendo declarado pueblo el 18 de junio de 1851. Según la página de internet <http://munisanjosepinula.gob.gt/> este es uno de los 17 municipios del departamento de Guatemala, cuenta con 20 aldeas y seis caseríos.

### 1.2.4 Departamentos o dependencias

La municipalidad está organizada por 11 departamentos, que se describen según la página oficial de la entidad de la siguiente manera:

#### ➤ Alcaldía Municipal y Concejo

Conforma la unidad administrativa con el más alto grado jerárquico en la Municipalidad, se encarga de administrar, supervisar y controlar todas las actividades de todas las dependencias municipales. Además, es el órgano que vela por el cumplimiento de las políticas públicas y municipales y los planes, programas y proyectos de desarrollo del Municipio.

El alcalde representa a la Municipalidad y al Municipio; hace cumplir las ordenanzas, reglamentos, acuerdos, resoluciones y demás disposiciones del Concejo Municipal. Dicta medidas de política y buen gobierno y ejecuta potestad de acción directa y en general; además administra, organiza, dirige, controla, coordina, evalúa, fiscaliza, y toda actividad que sea necesaria para el eficiente funcionamiento y desempeño de la Municipalidad.

#### ➤ Secretaría Municipal

Es el área encargada de la atención a los vecinos de las diferentes zonas y de las aldeas; recibe solicitudes y peticiones de vecinos como de escuelas e institutos nacionales, e iglesias.

Traslada la correspondencia recibida a la Oficina del Señor alcalde, así como recibe documentos de diferentes entidades y los traslada a donde corresponde. Es la encargada de coordinar a donde corresponda los servicios a prestar de bus, sonido, tarima. Coordina la agenda de la Marimba Municipal.

➤ Departamento de Control de Bienes Inmuebles (Catastro)

Recepción, operación y emisión de documentación diversa, relacionada con la propiedad de bienes inmuebles existentes en el municipio. Asesora al público en general sobre el pago del Impuesto Único sobre Inmuebles (IUSI). Lleva el registro y control de propietarios de bienes inmuebles del municipio con fines de recaudación tributaria. Actualiza los sistemas informáticos que se llevan en el departamento, y asigna la nomenclatura.

➤ Servicios Públicos

Son los encargados de realizar trabajos de campo relacionados al agua potable, trabajos de ornato, que incluye jardinería, chapeo y banquetización de las áreas públicas del municipio; además administra y da mantenimiento al cementerio municipal y edificio municipal, realiza trabajos de infraestructura.

➤ Planificación Municipal (DMP)

Son los encargados de la supervisión de los proyectos de construcción municipales, así como de extender las licencias de construcción que solicitan los vecinos, vigilan que las construcciones sean las indicadas en la licencia y cuenten con los respectivos permisos.

➤ Unidad Municipal de Gestión Ambiental y Riesgo (UMGAR)

Realizan análisis, interpretación y aplicación de la normativa legal guatemalteca en relación con la Gestión Ambiental, especialmente los cumplimientos de la Ley Ambiental 68-86 artículo 8, con sus respectivos reglamentos. Velan por el cumplimiento de la ley en cuanto al tratamiento de aguas residuales, lodos activados, manejo de desechos sólidos, agua potable, manejo forestal, manejo y coordinación del vivero forestal municipal y reforestaciones del municipio. Mantiene coordinación interinstitucional con los entes rectores, como el INAB, CONAP, MARN, y organizaciones ambientalistas. Monitorea e inspecciona periódicamente el municipio

por riesgos ambientales.

➤ Juzgado Municipal

Es el ente encargado del cumplimiento del código municipal, establece normativas de jurisdicción municipal y vela por el cumplimiento de la ley nacional y municipal cuando corresponde a asuntos municipales.

➤ Policía Municipal de Tránsito

Vela por la seguridad vial, controlando y dirigiendo el tránsito vehicular manteniendo el orden público, supervisa mediante operativos el control de transporte colectivo local, apoyando a vecinos y diferentes instituciones en eventos socioculturales, recreativos y deportivos, trabaja en la prevención de accidentes y orientación a los conductores. Cooperación con la niñez y juventud del municipio a través del programa de Educación Vial, que se imparte en establecimientos públicos y privados.

➤ Secretaría de Obras Sociales de la Esposa del Alcalde (SOSEA)

Sus cuatro ejes de trabajo son: salud, educación, trabajo con mujeres y adultos mayores. Trabaja por suplir de sillas de ruedas, andadores, bastones, muletas, prótesis, alimentos, subsidios familiares, apoyo con servicios funerarios, medicamentos y becas. Así mismo recibe denuncias de mujeres víctimas de violencia. Gestiona operaciones médicas en alianzas con otras instituciones, y ofrece capacitaciones a jóvenes por medio de diversos cursos.

➤ Comunicación Social

Es la oficina encargada de documentar todas las actividades y proyectos que realiza la municipalidad diariamente, como proyectos de infraestructura, proyectos educativos y ayuda social, con el fin de mantener informados a los vecinos sobre la inversión de los impuestos por medio de cinco medios de comunicación. Además, se encarga de dar seguimiento a redes sociales respondiendo a las inquietudes y/o inconformidades de los vecinos.

➤ Deportes

La oficina municipal de deportes es la encargada de velar por el deporte en diferentes disciplinas, como clases de aeróbicos, torneos de fútbol en diferentes categorías, torneos de baloncesto, academia de fútbol en todas sus categorías, y cursos de

vacaciones para niños.

#### 1.2.5 Misión

Servir a cada familia pinulteca, con transparencia y equidad de género para establecer un municipio seguro, próspero y en desarrollo integral y así alcanzar una mejor calidad de vida para todos sus habitantes.

#### 1.2.6 Visión

Llegar a ser la institución municipal que dé respuesta inmediata, transparente y objetiva a las necesidades de infraestructura, servicios y asistencia social a cada familia de San José Pinula.

#### 1.2.7 Objetivos Institucionales

##### ➤ Objetivo General:

Brindar servicios municipales de calidad, mediante la implementación de mecanismos modernos, logrando su autosuficiencia y satisfacción de los vecinos pinultecos, realizando una ejecución oportuna de los recursos financieros, al desarrollar proyectos sociales, culturales, deportivos, ambientales, recreativos y de inversión, a través de una administración eficiente, eficaz y transparente.

##### ➤ Objetivos Específicos

1. Mejorar la Seguridad ciudadana
2. Mejorar la calidad de vida de los pinultecos
3. Mejorar las condiciones del hábitat urbano,
4. Brindar un ambiente ecoeficiente, saludable y sostenible.
5. Promover una gestión eficiente, eficaz y transparente en la gestión municipal.
6. Implementar, mejorar y mantener la infraestructura pública.
7. Fomentar la solución de los problemas vecinales con la participación de los ciudadanos.
8. Desarrollar una adecuada gestión de riesgos de desastres.
9. Promover la integración de la población pinulteca a la Sociedad de la Información.
10. Fortalecer el núcleo familiar y social del municipio de San José

## Pinula

11. Desarrollar las competencias y talentos de los ciudadanos
12. Asegurar la provisión de recursos económicos y financieros para la ejecución sostenible de los proyectos e iniciativas del desarrollo integral del municipio.
13. Promover la inversión pública y privada en áreas estratégicas.
14. Gestionar una eficiente recaudación tributaria.

### 1.2.8 Público Objetivo

La Municipalidad trabaja para servir alrededor de 93,809.3 personas, pobladores del municipio, según un estimado del Instituto Nacional de Estadística para el año 2016. Este dato incluye adultos hombres, mujeres y niños.



## 1.3 Metodología

### 1.3.1 Método Mixto

Según Sampieri los métodos mixtos representan un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implican la recolección y análisis de datos cuantitativos y cualitativos, así como su integración y discusión conjunta, para realizar inferencias producto de toda la información recabada y lograr un mayor entendimiento del fenómeno, bajo estudio” (Hernández Sampieri, 2014, pág. 534) . Este método permite que se estudien los procesos de comunicación tal como ocurren naturalmente, sin ninguna intervención, lo que permite que su interpretación sea clara y directa con resultados objetivos.

#### ➤ Tipo de Estudio Exploratorio

Este proyecto corresponde estudio exploratorio debido a que no existen investigaciones de comunicación previas en la institución, Sampieri los describe como los estudios que se efectúan, normalmente, cuando el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado o que no ha sido abordado antes”. (Hernández Sampieri, 2014, pág. 91)

#### ➤ Enfoque cuantitativo

Utiliza la recolección y el análisis de datos para contestar preguntas de investigación y probar hipótesis establecidas previamente, confía en la medición numérica. Este enfoque se fundamenta en un esquema deductivo y lógico, busca formular preguntas de investigación e hipótesis para posteriormente probarlas, confía en la medición estandarizada y numérica. (Hernández Sampieri, 2014, pág. 4)

#### ➤ Enfoque cualitativo

Se utiliza para descubrir y refinar preguntas de investigación. Con frecuencia se basa en métodos de datos sin medición numérica, como las descripciones y las observaciones. Este se basa en un esquema lógico inductivo, es expansivo. Su método de análisis es interpretativo, contextual y etnográfico. (Hernández Sampieri, 2014, pág. 7)

### 1.3.2 Técnicas e instrumentos de recolección

Las técnicas “Como su nombre lo indica, estas técnicas se dirigen a la recolección de datos cuya fuente es secundaria; es decir, fuentes que describen, conservan y transmiten por algún medio físico, un evento, un hecho o un fenómeno” (Piloña, 2012, pág. 60)

Por su lado “Los instrumentos son el sistema de sustentación documental, consiste en obtener toda la información escrita que es posible sobre el fenómeno en estudio o investigación, para ello se utilizan determinados instrumentos dependiendo de la técnica específica”. (Piloña, 2012, pág. 61)

#### ➤ Observación

La observación investigativa no se limita al sentido de la vista, sino a todos los sentidos, es prestar atención a todo lo que acontece alrededor del objeto o fenómeno estudiado. “Su propósito es explorar los ambientes, las comunidades y los aspectos de la vida analizando sus significados y a los actores que la generan; comprende procesos, vinculaciones entre personas y situaciones, experiencias o circunstancias e identifica problemas sociales y genera hipótesis para futuros estudios” (Hernández Sampieri, 2014, pág. 399).

#### ➤ Entrevista

Se define como una reunión para conversar e intercambiar información entre el entrevistador y el entrevistado. En la entrevista, a través de las preguntas y respuestas se logra una comunicación y la construcción conjunta de significados respecto a un tema (Hernández Sampieri, 2014, pág. 403)

Por medio de una entrevista estructurada y con el fin de obtener su opinión sobre el proceso de comunicación en el que se involucran con Comunicación Social, se conversó con los encargados de la Policía Municipal de Tránsito, Desarrollo Comunitario y Servicios Públicos, siendo estas las áreas que más actividades públicas realizan y que es necesario que Comunicación Social las divulgue. Así mismo se realizó una entrevista no estructurada, pero focalizada con el encargado de Comunicación Social, por medio de un cuestionario de 18 preguntas.

➤ Grupos focales o grupos de discusión

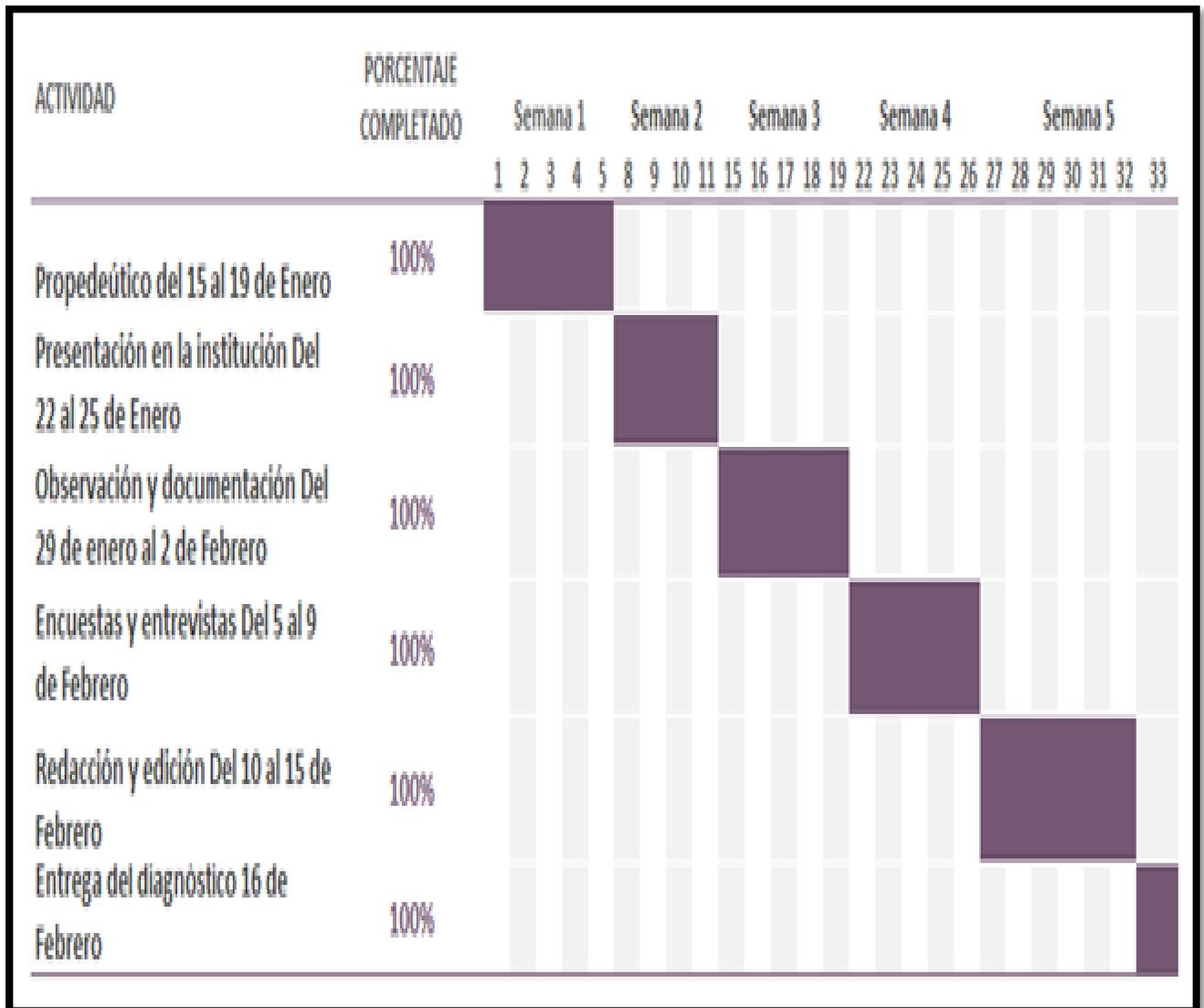
Algunos autores los consideran como una especie de entrevistas grupales o reuniones de grupos pequeños o medianos, en las cuales los participantes conversan a profundidad en torno a varios temas en un ambiente relajado e informal. (Hernández Sampieri, 2014, pág. 408)

Esta técnica se realizó con los tres colaboradores que pertenecen a la dependencia de Comunicación Social, y con ella se dieron a conocer las necesidades, carencias y las deficiencias en el proceso de comunicación interna que involucra a las dependencias con las que tienen relación directa.

➤ Encuesta

Con este instrumento se buscó obtener la opinión de los colaboradores municipales y la situación actual de los procesos de comunicación interna dentro de la Municipalidad, para poder determinar el grado de identificación que tienen los empleados con la entidad, así como medir el clima laboral, por medio de datos estadísticos, obtenidos con un cuestionario de 10 preguntas. (Hernández Sampieri, 2014, pág. 199)

### 1.3.3. Cronograma del Diagnóstico



Fuente: <https://templates.office.com/es-es/Planificador-de-proyectos-de-Gantt-TM02887601>

## 1.4 Recopilación de datos

### 1.4.1 Ficha de las entrevistas

#### Entrevista estructurada

<b>Ficha No.</b>	
<b>Institución:</b>	
<b>Nombre:</b>	
<b>Cargo:</b>	
<b>Objetivos de la entrevista:</b>	
<b>Fecha:</b>	
<b>Hora:</b>	
<b>Preguntas: 1</b>	¿Su área tiene relación con Comunicación Social?
<b>2</b>	¿Qué medio utiliza para hacer solicitudes a Comunicación Social?
<b>3</b>	¿Conoce los medios de comunicación que maneja Comunicación Social?
<b>4</b>	¿Su área aporta información para que comunicación Social la divulgue?
<b>5</b>	¿Con qué frecuencia solicita algún producto a comunicación social?

#### 1.4.2 Resultado de las entrevistas

Se realizaron tres entrevistas estructuradas a los encargados de las dependencias: Policía Municipal de Tránsito, Desarrollo Social y Servicios Públicos.

Así mismo se entrevistó varias veces al encargado de Comunicación Social con el objetivo de conocer a fondo la labor de la dependencia que dirige y su percepción sobre la comunicación interna en la Municipalidad.

Las conversaciones revelaron que hay deficiencias en el proceso de comunicación al momento de recibir requerimientos de otras unidades, además demostraron que tienen muchas necesidades, entre ella el apoyo de una persona profesional en comunicación.

#### 1.4.3 Resultado de la Observación

Al estar como espectadora en el área de Comunicación Social se observó el desarrollo de las actividades diarias de la dependencia.

En el transcurso se solicitó la cobertura noticiosa de diversas actividades, se editó el suplemento periodístico mensual y se hizo el programa de noticias semanal. Además, se recibieron solicitudes para hacer material impreso y se observó que las solicitudes llegaron de forma muy informal, por teléfono, hechas en reuniones y solamente una de forma escrita y con anticipación.

#### 1.4.4 Resultado del Focus Group

Se realizó solamente una reunión para el Focus Group con los tres integrantes de Comunicación Social, en el que los colaboradores dieron a conocer las necesidades del departamento como la falta de equipo de computación, equipo de audio y personal. En cuanto a la Comunicación interna concluyeron que es deficiente, no hay ningún tipo de programación y las solicitudes para cubrir eventos llegan a última hora, por lo que se les dificulta dar respuesta a todos los requerimientos. Durante la entrevista se mencionó el interés de enfocar las tareas de la dependencia con la misión y visión de la misma, ya que no se han logrado determinar.

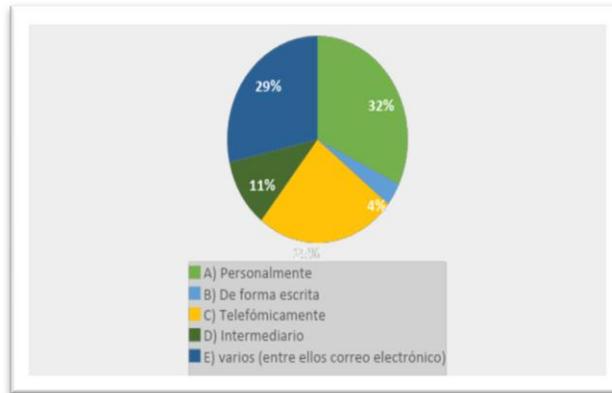
1.4.5 Tablas comparativas, puntos de encuentro y disensos entre entrevistados

No.	ENTREVISTADO:	SOSEA/ Desarrollo Social	Policía Municipal de Tránsito	Servicios Públicos
1	¿Tiene relación con comunicación social?	SI	SI	NO
2	¿Qué medio utiliza para hacer sus requerimientos a Comunicación social?	-Correo electrónico · Teléfono	· Otros diferentes a correo electrónico, teléfono correspondencia	Correspondencia
3	¿Conoce los medios de comunicación que maneja Comunicación Social?	Si	Si	Si
4	¿Su área aporta información para que Comunicación Social la publique?	SI	SI	SI
5	¿Con qué frecuencia solicita algún producto a comunicación social?	Periódicamente	De 2 a 5 veces a la semana	Periódicamente

#### 1.4.6 Gráficas

**Gráfica No. 1**

¿Qué medio utiliza para comunicarse de forma interna en la Municipalidad?



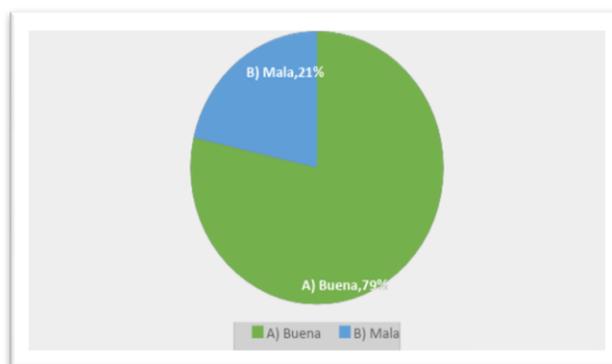
*Fuente: Epesista Debora Cabrera de Estevez*

Interpretación:

Los colaboradores encuestados indicaron que la forma más utilizada para comunicarse internamente en la Municipalidad es personalmente, en segundo lugar, está de forma escrita y en tercer lugar el más usado es el teléfono.

**Gráfica No. 2**

¿Cómo califica la comunicación interna dentro de la Municipalidad?



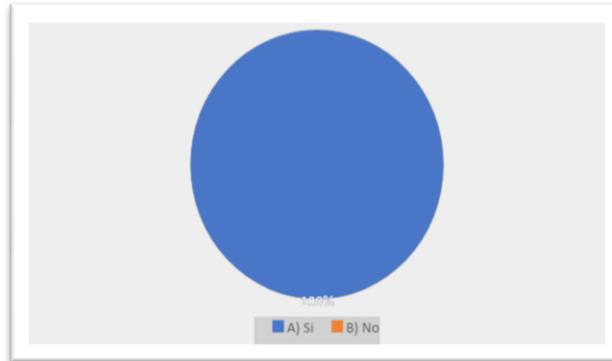
*Fuente: Epesista Debora Cabrera de Estevez*

Interpretación:

En relación a la Comunicación interna dentro de la Municipalidad el 79% de los encuestados la calificaron como buena; entre los encuestados que señalaron que era mala algunos mostraron su malestar debido a que no se enteran de las actividades.

### Gráfica No. 3

¿Considera que es importante la comunicación interna en la municipalidad?



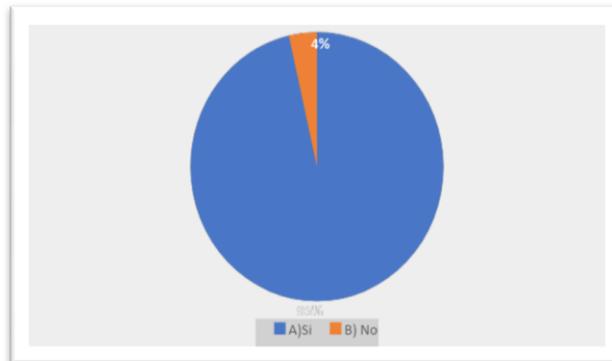
Fuente: Epesista Debora Cabrera de Estevez

Interpretación:

El total de los encuestados respondió que la comunicación interna es importante en la Municipalidad, sin embargo, al conversar con algunos dijeron que era necesario reforzarla.

### Gráfica No. 4

¿Para usted es importante dar a conocer a la población las actividades que realiza la municipalidad?



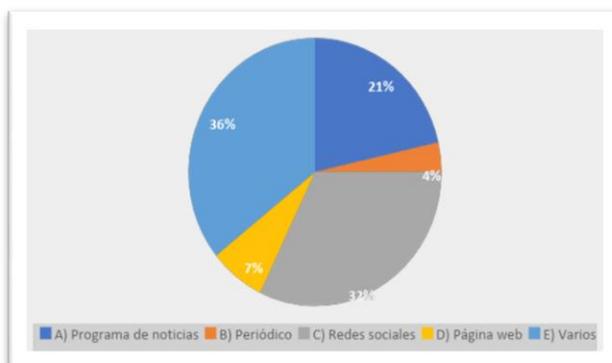
Fuente: Epesista Debora Cabrera de Estevez

Interpretación:

El 98% de los colaboradores coincidió en la importancia de dar a conocer los proyectos y actividades de la municipalidad. El otro dos por ciento manifestó que no es importante ya que se puede interpretar como propaganda.

### Gráfica No. 5

¿Qué medio de comunicación considera que es el mejor para divulgar las noticias de la Municipalidad?



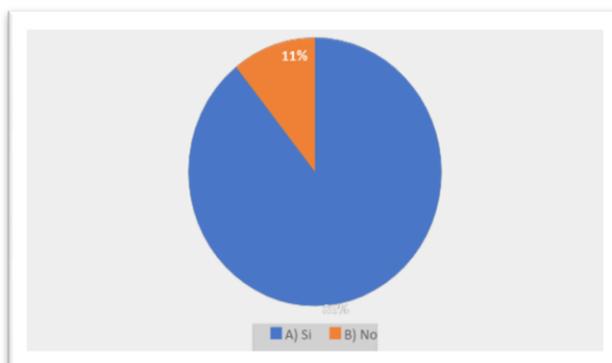
Fuente: Epesista Debora Cabrera de Estevez

Interpretación:

Esta pregunta dio como resultado que el mejor medio para dar a conocer las actividades de la municipalidad son las redes sociales, así mismo, es notorio que el programa de noticias transmitido por el canal de cable local también es uno de los más considerados para este fin con un 21%.

### Gráfica No. 6

¿Se mantiene informado sobre las actividades de la Municipalidad?



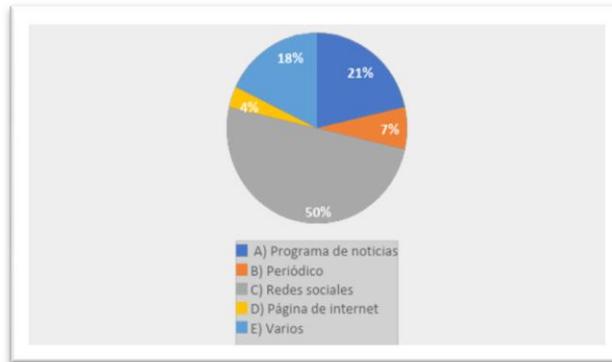
Fuente: Epesista Debora Cabrera de Estevez

Interpretación:

Según esta pregunta el 89 por ciento de los colaboradores busca estar informado de las actividades de la Municipalidad; mientras el otro 11% que respondió que no, señaló que consideran no tener los medios idóneos para enterarse del acontecer de la entidad.

### Gráfica No. 7

¿Qué canales de comunicación utiliza para conocer las actividades de la Municipalidad?



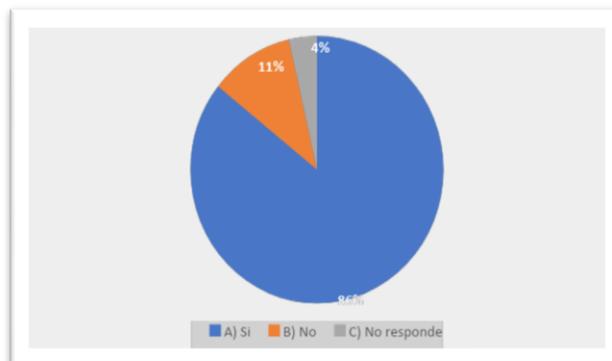
Fuente: Epesista Debora Cabrera de Estevez

Interpretación:

Sobre esta pregunta el 50% indicó que el medio más usado para informarse sobre las actividades de la Municipalidad son las redes sociales, sin embargo, la información que se maneja en redes sociales no corresponde a información para los empleados ni actividades internas, en ellas se divulga información para los pobladores del municipio.

### Gráfica No. 8

¿Conoce los medios de comunicación de la Municipalidad?



Fuente: Epesista Debora Cabrera de Estevez

Interpretación:

El 86% de los colaboradores conoce los medios de comunicación que maneja Comunicación Social, sin embargo, estos medios son para divulgación de información de forma externa, su fin es mantener informada a la población.

## 1.5 Radiografía de la institución

### 1.5.1 Fortalezas

- El personal de Comunicación Social tiene el conocimiento empírico y el dominio en las herramientas para manejo de medios de comunicación.
- La proactividad y versatilidad del equipo de trabajo para desempeñar cualquier tarea que le sea encomendada.
- Rol de mandos está bien definido y existe buena comunicación entre ellos.

### 1.5.2 Oportunidades

- Las autoridades máximas de la Municipalidad, alcalde, secretaría y concejo municipal, reconocen la importancia de Comunicación Social, como medio de difusión para que los pobladores estén enterados del trabajo que realizan.
- Actualmente la municipalidad cuenta con variedad de medios de comunicación que necesitan ser manejados por Comunicación Social.

### 1.5.3 Debilidades

- No existe un procedimiento establecido para hacer solicitudes de cobertura de actividad.
- Los canales de comunicación utilizados para hacer requerimientos no son siempre los mismos.
- Existe desorganización en los tiempos para cubrir las actividades.
- La comunicación organizacional no es efectiva.
- No están establecidas la Misión y la Visión específicos de la unidad, así como los objetivos de la misma como para tener una guía en sus actividades y procedimientos.

### 1.5.4 Amenazas

- Duplicidad de tareas para cubrir un evento importante de las altas autoridades.
- Falta de cobertura de las actividades
- No dar cobertura a las actividades en relación con la inmediatez.
- Confusión del equipo de Comunicación Social con el equipo de noticias del canal de cable local.
- Desconocimiento de las actividades que realiza la Municipalidad.

## CAPÍTULO II

### 2. “Estrategias de comunicación para fortalecer la comunicación interna en la Municipalidad de San José Pinula”

#### 2.1 Antecedentes

El área de Comunicación Social de la Municipalidad de San José Pinula se inició formalmente en el 2010. Aunque cuenta con cinco canales de comunicación para dar a conocer las actividades y mantener informada a la población, hasta el momento no se ha recibido alguna asesoría o plan de comunicación para desarrollar o fortalecer sus actividades y procedimientos. El diagnóstico demostró que hay falencias en los procesos de comunicación interna y que es necesario reforzar en los colaboradores el sentido de pertenencia y los valores de la municipalidad.

#### 2.2 Objetivos de Comunicación

##### 2.2.1 Objetivo General

Presentar estrategias de comunicación para fortalecer la comunicación interna en la Municipalidad de San José Pinula.

##### 2.2.2 Objetivos específicos

- Implementar canales de comunicación para mejorar la comunicación interna
- Mejorar la comunicación interna con el personal de la Municipalidad.
- Incentivar la identidad del personal con la Municipalidad.
- Establecer procedimientos para solicitud de cobertura mediática entre Comunicación Social y los departamentos involucrados.

#### 2.3 Público Objetivo

##### 2.3.1 Aspecto socioeconómico

En relación nivel académico de los empleados municipales, la municipalidad cuenta con profesionales universitarios en diferentes ramas; personal con nivel diversificado, nivel básico y nivel primario; solamente una persona no cuenta con ningún tipo de escolaridad.

El nivel socioeconómico va de la clase media baja a baja.

### 2.3.2 Aspecto demográfico

Actualmente la Municipalidad cuenta con 228 empleados, de los cuales 173 son hombres y 55 son mujeres, comprendidos entre los 18 y 70 años, de nacionalidad guatemalteca, en su mayoría habitantes del municipio; algunos originarios del sector y otros que han emigrado de otros municipios y zonas de la capital.

### 2.3.3 Aspecto psicográfico

En este caso el público objetivo es un grupo heterogéneo que, aunque tiene similitudes, el nivel de escolaridad es el que más marca la diferencia entre ellos.

### 2.4 Mensaje

**Mensaje institucional:** “Municipalidad de San José Pinula: En marcha con el desarrollo”

El mensaje principal de la estrategia es independiente del que la institución maneja como su eslogan, aunado a este, se trabajaron mensajes secundarios, todos con el fin que los colaboradores se identifiquen y se sientan parte de la Municipalidad, se comprometan y se sientan motivados. Además, se resalta que es una institución de servicio para los pobladores del municipio.

**Mensaje principal:** “Municipalidad San José Pinula, eres tú, soy yo, ¡Somos Todos!” “Comprometidos con San José Pinula”

**Mensajes secundarios:** “Colaborador – Colaboradora Sí Tú queda bien, la Muni queda mejor”.

“Colaborador – Colaboradora Tú eres la Muni, comprométete”

“La Muni y Tú comprometidos con San José Pinula”

“Compromiso, Integridad, Responsabilidad por una Municipalidad fortalecida”

### 2.5 Estrategias y acciones

- Fortalecer la identidad de los colaboradores con la institución.
- Fomentar la comunicación interna
- Mejorar los procesos de comunicación interna

## 2.6 Acciones

<b>Acción No. 1</b>	
<b>A qué estrategia responde la acción</b>	Fortalecer la identidad de los colaboradores con la institución.
<b>Problema</b>	Falta de conocimiento de las actividades y falta de integración.
<b>Producto</b>	Banners en manta vinílica, con estructura de 1.60 cm. X 0.60 cm.
<b>Objetivo Comunicacional</b>	Busca que los colaboradores se sientan parte de la entidad.
<b>Tipo de mensaje</b>	Inductivo
<b>Público Objetivo</b>	Interno
<b>Medio de difusión</b>	Impreso, colocados en seis lugares estratégicos.

<b>Acción No. 2</b>	
<b>A qué estrategia responde la acción</b>	Fortalecer la identidad de los colaboradores con la institución.
<b>Problema</b>	Falta de conocimiento de las actividades y recursos de la Municipalidad.
<b>Producto</b>	Volantes de 11 x 14 cm. En papel lino, impresión a colores.
<b>Objetivo Comunicacional</b>	Enviar mensajes fomentando valores e integración con la Municipalidad
<b>Tipo de mensaje</b>	Informativo
<b>Público Objetivo</b>	Interno
<b>Medio de difusión</b>	Impresa, se entregarán en cuatro ocasiones

<b>Acción No. 3</b>	
<b>A qué estrategia responde la acción</b>	Fomentar la comunicación interna
<b>Problema</b>	Falta de comunicación interna y desconocimiento de las actividades de la municipalidad.
<b>Producto</b>	Carteleras informativas de corcho una de 0.90 cm x 0.60cm. y una de 0.45 x 0.60 cm.
<b>Objetivo Comunicacional</b>	Establecer un canal de comunicación interna para mantener informados a los empleados de las actividades de la Municipalidad.
<b>Tipo de mensaje</b>	Informativo
<b>Público Objetivo</b>	Interno
<b>Medio de difusión</b>	Carteleras de corcho ubicadas en lugares de mayor afluencia de los colaboradores.

## 2.6.1 Charlas y Talleres

<b>Reunión</b>		
<b>Actividad</b>	<b>Objetivo</b>	<b>Incentivo</b>
Taller	Entregar resultados del Diagnóstico, y presentar la Estrategia de Comunicación a los jefes de departamentos de la Municipalidad.	Refrigerio
<b>Hora</b>	<b>10:00 y 15:00 horas</b>	
<b>Lugar</b>	Salón de Audiovisuales, Palacio Municipal	
<b>Expositor</b>	Debora Cabrera de Estevez / Epesista	
<b>Tema</b>	Procesos de Comunicación interna	

<b>Capacitación y Taller</b>		
<b>Actividad</b>	<b>Objetivo</b>	<b>Incentivo</b>
Capacitación y taller	Ampliar el conocimiento de los colaboradores sobre Comunicación Organizacional y Comunicación Pública.	Refrigerio
<b>Hora</b>	<b>10:00 y 14:00 horas</b>	
<b>Lugar</b>	Salón Social del Palacio Municipal	
<b>Expositor</b>	Dircoms Guatemala	
<b>Tema</b>	Importancia de la Comunicación Organizacional y la Comunicación Pública	

<b>Capacitación</b>		
<b>Actividad</b>	<b>Objetivo</b>	<b>Incentivo</b>
Capacitación	Implementar un planificador para las actividades de Comunicación Social.	Refrigerio
<b>Hora</b>	<b>08:00 horas</b>	
<b>Lugar</b>	Oficina de Comunicación Social	
<b>Expositor</b>	Debora Cabrera de Estevez /Epesista	
<b>Tema</b>	Uso de planificador para programar actividades	

<b>Desayuno de Trabajo</b>		
<b>Actividad</b>	<b>Objetivo</b>	<b>Incentivo</b>
Desayuno de trabajo	Entregar impresión en PVC de la Misión y la Visión, y Planificador de Actividades	Alimentación
<b>Hora</b>	<b>08:00 horas</b>	
<b>Lugar</b>	Restaurante La Estancia	
<b>Expositor</b>	Debora Cabrera de Estevez /Epesista	
<b>Tema</b>	Entrega oficial de los cuadros de la Misión y la Visión	

## CAPITULO III

### 3. Informe de ejecución

3.1 “Estrategias de comunicación para fortalecer la comunicación interna en la Municipalidad de San José Pinula, Guatemala”

#### 3.1.1. Financiamiento

El presupuesto se ejecutó de la siguiente manera:

El proyecto fue costeado en un 80% con fondos propios del epesista y un 20% lo cubrió la institución, con fondos de Comunicación Social.

#### 3.1.2. Presupuesto ejecutado

Cantidad	Detalle	Costo Unitario	Costo total	Financiamiento
01	Asesoría comunicacional	Q.9,000.00	Q. 9,000.00	Epesista
06	Impresión banners con estructura	Q. 210.00	Q. 1,260.00	Municipalidad
01	Facilitador para capacitación del personal	Q.1,000.00	Q. 1,000.00	Epesista
04	Refrigerios	Q. 200.00	Q. 800.00	Epesista
400	Impresión de volantes	---	Q. 500.00	Municipalidad
02	Diseño de la estrategia	Q. 250.00	Q. 500.00	Epesista
02	Carteleras de corcho con instalación	Q. 230.00	Q. 460.00	Epesista
02	Impresión del marco de las carteleras	Q. 150.00	Q. 300.00	Municipalidad
01	Desayuno de trabajo		Q. 300.00	Epesista
01	Impresión en PVC de Planificador de actividades	----	Q. 225.00	Epesista
02	Impresión de cuadros en coroplast de la Misión y la Visión	Q. 75.00	Q. 150.00	Epesista
	<b>Total</b>		<b>Q. 14,495.00</b>	

### 3.1.3 Beneficiarios

Como beneficiarios del proyecto están los grupos de trabajo de la Municipalidad: Servicios Públicos, Agentes de la Policía Municipal de Tránsito, Agentes de seguridad, Personal de mantenimiento, Personal administrativo, jefes y encargados de departamento y miembros del Consejo, logrando como beneficio mejorar los procesos de comunicación interna con todas las áreas de trabajo de la institución.

### 3.1.4 Recursos Humanos

En la realización del proyecto participaron las siguientes personas:

<b>Nombre</b>	<b>Puesto</b>	<b>Actividad</b>
<b>Lic. Jonny Herrera</b>	Coordinador de Comunicación Social	Supervisor de las actividades del EPS
<b>Pablo Ruiz</b>	Asistente de Comunicación Social	Supervisión del diseño de los productos de la estrategia
<b>Gabriel García</b>	Asistente de Comunicación Social	Cobertura y fotografía de las actividades del EPS
<b>Alida González</b>	Encargada de mantenimiento	Apoyo logístico en la organización de los talleres y capacitaciones
<b>Michelle Estevez Cabrera</b>	Asistente	Diseño gráfico y apoyo en organización de talleres y capacitaciones

### 3.1.5 Área Geográfica de Acción

Edificio del Palacio Municipal de la Municipalidad de San José Pinula ubicado en la zona 2 del municipio de San José Pinula, departamento de Guatemala.

### 3.2 Estrategia y acciones desarrolladas

#### **Estrategia:**

Fortalecer la identidad de los colaboradores con la institución.

#### **Objetivo Comunicacional:**

Fomentar que los colaboradores se sientan parte de la entidad.

#### **Descripción:**

Por medio de seis banners instalados en las áreas más concurridas del Palacio Municipal, y con la entrega de volantes al personal que se encontraba en el edificio, se difundieron mensajes relacionados al sentido de pertenencia.

#### **Acciones:**

- a) Publicación de seis banners



*Epesista Debora de Estevez en la entrega oficial de banners al señor Pablo Ruiz, asistente de Comunicación Social*

b) Entrega de volantes con incentivo



*Epesista Debora de Estevez en la entrega de volantes al personal de la Policia Municipal de Tránsito*

*Epesista Debora de Estevez entregando volantes al personal administrativo*

**Estrategia:**

Fomentar la comunicación Interna

**Objetivo Comunicacional:**

Establecer un canal de comunicación interna para mantener informados a los empleados de las actividades.

**Descripción:**

Con la instalación de dos carteleras de corcho, una en el área de Recursos Humanos y otra en la entrada del despacho municipal se establecieron como canales de comunicación interna

**Acciones desarrolladas:**

- a) Instalación de dos carteleras de corcho con diseño, una de 0.90 x 0.60 cm. y una de 0.45 x 0.60 cm.



*Epesista Debora de Estevez en la entrega oficial de carteleras al señor Pablo Ruiz, asistente de Comunicación Social*

**Estrategia:**

Mejorar la comunicación interna

**Objetivo comunicacional:**

Dar a conocer los resultados del diagnóstico y presentación de la Estrategia de Comunicación.

**Descripción:**

Reunión con los jefes y encargados de departamento de la Municipalidad; se entregaron los resultados del diagnóstico y se presentó el Plan de Comunicación con las acciones y las estrategias a realizar. La reunión fue conducida por la epesista Debora Cabrera de Estevez.



*Epesista Debora de Estevez entregando los resultados del diagnóstico a los jefes de departamento de la Municipalidad*

**Estrategia:**

Mejorar la Comunicación Interna.

**Objetivo Comunicacional:**

Ampliar el conocimiento del personal sobre la importancia de la comunicación organizacional y la comunicación pública.

**Descripción:**

Capacitación y taller Reingeniería de la Comunicación Organizacional Interna, impartido por la empresa Directores Comunicacionales, DIRCOMS. Se realizó en dos grupos para que asistiera la mayor parte del personal.



*Epesista Debora de Estevez en la entrega de diplomas al tercer grupo de colaboradores que participó en la capacitación sobre Comunicación Organizacional*

**Estrategia:**

Mejorar los procesos de Comunicación en la Unidad de Comunicación Social

**Objetivo Comunicacional:**

Implementar un planificador mensual de actividades para la Unidad.

**Descripción:**

Reunión para describir e instruir al personal de Comunicación Social sobre el uso de un planificador mensual de actividades.



*Epesista Debora de Estevez en la capacitación al personal de Comunicación Social sobre el uso del Planificador de actividades*

**Estrategia:**

Mejorar los procesos de Comunicación interna en la Unidad de Comunicación Social.

**Objetivo comunicacional:**

Entrega de la impresión en PVC de la Misión y Visión de Comunicación Social.

**Descripción:**

En un desayuno de trabajo se realizó la entrega oficial de los cuadros de Misión y Visión que se trabajaron para la Unidad.

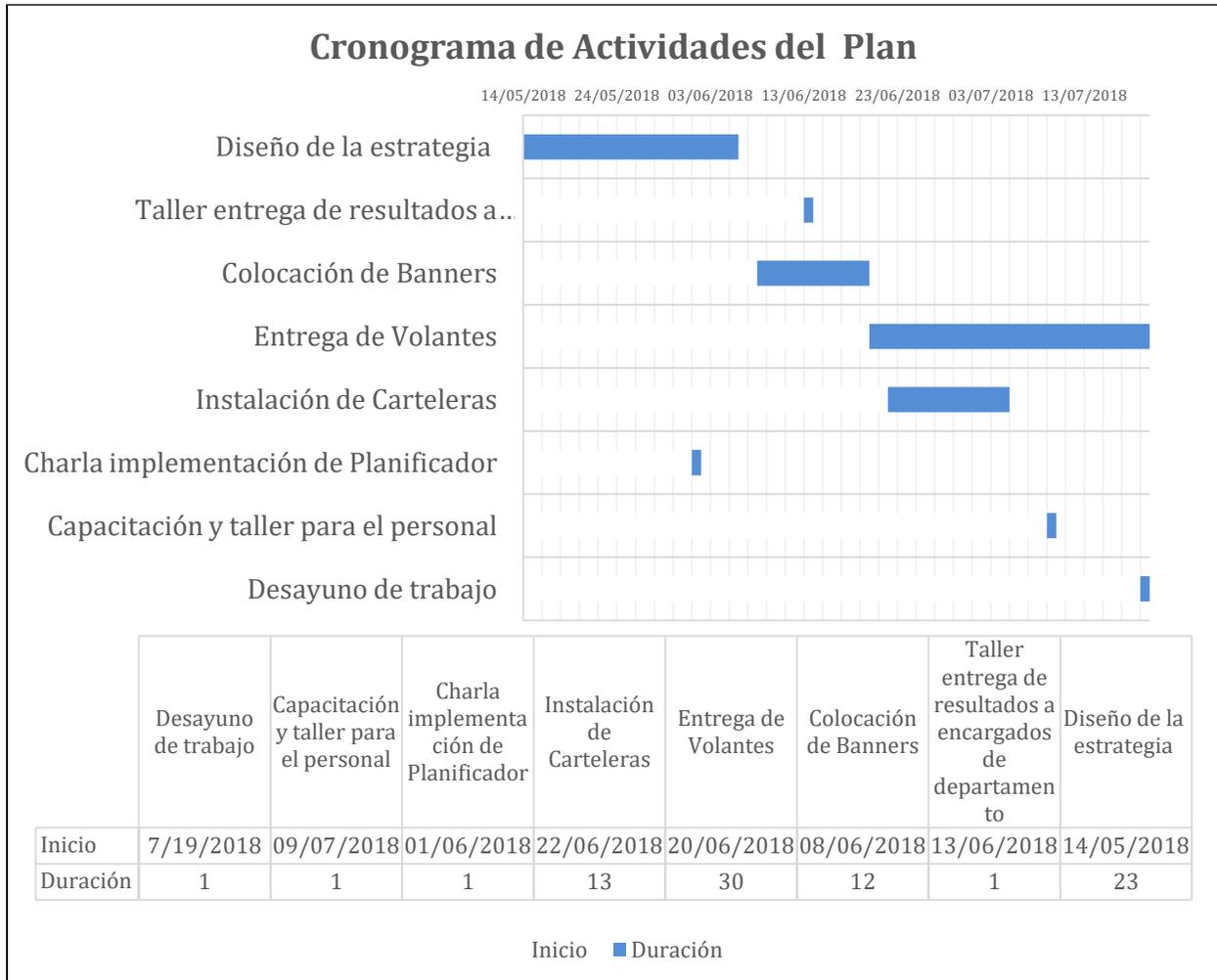


*Epesista Debora de Estevez en el desayuno de trabajo y entrega de cuadros de la Misión y la Visión al personal de Comunicación Social*



*Filosofía de Comunicación Social realizada por la epesista Debora de Estevez*

### 3.3 Cronograma de actividades



Fuente: <https://templates.office.com/es-es/Planificador-de-proyectos-de-Gantt-TM02887601>

### 3.4 Control y seguimiento

Estrategia	Indicadores Cuantitativos	Indicadores Cualitativos
<p><b>Mejorar el Clima laboral:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Entrega de Volantes</b></li> <li>• <b>Publicación de banners</b></li> <li>• <b>Capacitación y taller</b></li> </ul>	<p>Se entregaron 350 volantes y se alcanzó al 75% del personal que se encuentra diariamente en el edificio municipal.</p> <p>En las charlas participaron 50 personas de las diferentes áreas.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Creó motivación y expectativa por las acciones futuras.</li> <li>• El mensaje fue bien recibido y provocó que el personal se sintiera identificado con la institución.</li> <li>• En las charlas los colaboradores expresaron sus desmotivaciones y motivaciones, y los cambios que podrían realizar en sus labores.</li> </ul>
<p><b>Fomentar la comunicación interna:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Instalación de carteleras de corcho</b></li> <li>• <b>Reunión con los encargados de departamento</b></li> <li>• <b>Se oficializó como único medio para hacer solicitudes un oficio escrito.</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Para las carteleras, el público es indefinido por estar en áreas públicas del Palacio Municipal.</li> <li>• 13 de 18 jefes de departamento participaron en la reunión.</li> <li>• Todos los encargados de la institución recibieron la instrucción.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Quedaron establecidas como canales de comunicación interna.</li> <li>• Ayudó a ver la necesidad de mejorar los procesos de comunicación, mejorar la comunicación interna y mejorar el clima laboral.</li> <li>• La acción dio como resultado mejorar la organización de las actividades en cada unidad.</li> </ul>
<p><b>Mejorar los procesos de comunicación en la Unidad de Comunicación Social:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Se implementó un Planificador mensual de actividades,</b></li> <li>• <b>Se elaboró la Misión y la Visión para Comunicación Social.</b></li> </ul>	<p>Participó todo el personal de Comunicación Social</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mejoró la organización de las atribuciones de la unidad y ayudó a mejorar el nivel de respuesta a las solicitudes que hacen las otras unidades.</li> <li>• Se recibieron como una guía para la realización de las actividades diarias de la unidad.</li> </ul>

Fuente: Elaborado Epesista Debora Liliana Cabrera de Estevez

## CONCLUSIONES

- Las estrategias desarrolladas muestran una línea de acción que se puede institucionalizar en la Municipalidad, para hacerla más atractiva en cuanto al mercado laboral.
- El personal demostró interés en las actividades, participó activamente y se involucró en la estrategia, en su momento expresaron su satisfacción y la motivación que les provocaron las acciones realizadas.
- Los colaboradores manifestaron que pueden aplicar los conocimientos adquiridos en sus actividades diarias
- Se evidenció la necesidad que se integre una unidad que maneje la comunicación interna, se encargue específicamente del área de bienestar laboral y maneje el clima organizacional.
- Es necesario que cada área de la Municipalidad se trabaje unida, permitiendo que Comunicación Social tenga el conocimiento de sus actividades para divulgarlas en el momento indicado, considerando que dicha unidad trabaja solamente la comunicación externa y la imagen de la entidad ante los pobladores del municipio.

## RECOMENDACIONES

- Se recomienda a las autoridades de la municipalidad poner interés en su fuerza laboral, a fin de proporcionarles capacitaciones, cursos en cada especialidad a fin de que el trabajo vaya mejorando y profesionalizándose.
- Continuar con la motivación al personal, incentivar el trabajo en equipo, poner en común la información para que sea divulgada en los tiempos oportunos, reconociendo el aporte que cada colaborador en su área de trabajo.
- Implementar incentivos para los colaboradores, como el Empleado del Mes y celebración de cumpleaños, que son actividades que requieren un mínimo aporte económico y se puede incentivar al personal con tiempo libre con goce de salario.
- Mantener activos los procesos de comunicación interna desde Recursos Humanos, iniciando con involucrarse más con el personal.
- Mantener abiertos los canales de comunicación interna y los procedimientos organizacionales que se lograron con este proyecto.
- Implementar reuniones mensuales con los jefes y encargados de los departamentos, para compartir resultados, señalar necesidades y compartir objetivos.
- A Comunicación Social trabajar en la línea de la Misión y la Visión que se elaboraron, para mantener la posición de importancia que actualmente se tiene ante el Concejo Municipal.

## GLOSARIO DE TÉRMINOS

**Alcalde / alcaldesa:** *Nombre femenino y masculino.* Persona que preside un ayuntamiento y es la máxima autoridad en el municipio.

**ANAM:** Asociación Nacional de Municipalidades.

**Asistencia social:** Ayuda, soporte, auxilio que se le brinda a quien necesita.

**Aspecto psicográfico:** hacen referencia a la personalidad, estilo de vida, intereses, aficiones y valores de los consumidores.

**Autonomía:** Facultad o poder de una entidad territorial, integrada en otra superior, para gobernarse de acuerdo con sus propias leyes y organismos.

**Canales de comunicación:** Es el medio de transmisión por el que viajan las señales portadoras de información entre emisor y receptor.

**Código Municipal:** Tiene por objeto desarrollar los principios constitucionales referentes a la organización, gobierno, administración, y funcionamiento de los municipios y de las entidades locales.

**Comunicación Interna:** Es la comunicación dirigida al cliente interno, es decir al trabajador.

**Comunicación Organizacional:** Es el conjunto de acciones, procedimientos y tareas que se llevan a cabo para transmitir información a través de diversos medios, métodos y técnicas de comunicación interna y externa con la finalidad de alcanzar los objetivos de la empresa u organización.

**Comunicación Pública:** Se propone producir y difundir información o mensajes dirigidos a los grandes públicos o audiencias a través de medios masivos tradicionales y de las nuevas tecnologías.

**Comunicación:** Es el proceso de transmisión de información entre un emisor y un receptor que decodifica e interpreta un determinado mensaje.

**CONAP:** Consejo Nacional de Áreas Protegidas

**Consejo de Desarrollo Urbano y Rural:** Su función es formular políticas de desarrollo urbano y rural y ordenamiento territorial. Promover sistemáticamente tanto la descentralización de la administración pública como la coordinación interinstitucional.

**Concejo Municipal:** También denominado Corporación Municipal, es el órgano colegiado superior de deliberación y de decisión de los asuntos municipales, cuyos miembros son los responsables por la toma de decisiones.

**Demografía:** Es la ciencia que tienen por objeto el estudio de las poblaciones humanas tratando, desde un punto de vista principalmente cuantitativo, su dimensión, su estructura, su evolución y sus características generales. Estudio estadístico de una colectividad humana, referido a un determinado momento o a su evolución.

**Diagnóstico:** Del griego *diagnostikós*. Alude, en general, al análisis que se realiza para determinar cualquier situación y cuáles son las tendencias. Esta determinación se realiza sobre la base de datos y hechos recogidos y ordenados sistemáticamente, que permiten juzgar mejor qué es lo que está pasando.

**Divulgar:** Hacer que un hecho, una noticia, una lengua, un conjunto de conocimientos, etc. llegue a conocimiento de muchas personas.

**Equidad de género:** Se conoce como la defensa de la igualdad del hombre y la mujer

en el control y el uso de los bienes y servicios de la sociedad.

**Estrategia:** Una planificación de algo que se propone un individuo o grupo.

**Gestión:** Es asumir y llevar a cabo las responsabilidades sobre un proceso o conjunto de actividades, que incluye la preocupación por la disposición de los recursos y estructuras necesarias para que tenga lugar, y a coordinación de sus actividades y correspondientes interacciones.

**Habitantes:** *adj.* Que habita. Cada una de las personas que constituyen la población de un barrio, ciudad, providencia o nación.

**Hábitat urbano:** Se refiere al conjunto de factores materiales e institucionales que condiciona la existencia de una población humana localizada.

**Identidad institucional:** Conjunto de características o atributos que configuran el ser institucional, ellas son: misión, visión, objetivos, marco legal, cultura, valores y comportamiento. Está vinculado con el público interno.

**INAB:** Instituto Nacional de Bosques.

**Infraestructura:** Conjunto de medios técnicos, servicios e instalaciones necesarios para el desarrollo de una actividad para que un lugar pueda ser utilizado.

**Jurisdicción:** Es la potestad que tiene el Estado en su conjunto para solucionar conflictos particulares a través de la imposición de la Ley y el Derecho.

**MARN:** Ministerio de Ambiente y Recursos Naturales.

**Medios de Comunicación:** Es el elemento o el modo utilizado para poder llevar a cabo cualquier tipo de comunicación.

**Metodología:** Conjunto de métodos que se siguen en una investigación científica, un estudio o una exposición doctrinal.

**Misión:** Es el motivo o la razón de ser de una organización, una empresa o una institución.

**Nivel socioeconómico:** Es una medida total económica y sociológica combinada de la preparación laboral de una persona y de la posición económica y social individual o familiar en relación a otras personas, basada en sus ingresos, educación y empleo.

**Organigrama:** Es una 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.

**Pertenencia:** La pertenencia es la circunstancia de formar parte de un grupo, comunidad u otro tipo de conjunto.

**Plan de comunicación:** Es una hoja de ruta donde se traza el cómo, el cuándo y la manera en que una empresa se va a relacionar con su público, con el fin de cumplir los objetivos que se proponga.

**Planificación:** Es un método que permite ejecutar planes de forma directa, los cuales serán realizados y supervisados en función del planteamiento.

**Población:** Conjunto de habitantes de un lugar.

**Políticas Públicas:** Son los proyectos/actividades que un Estado diseña y gestiona a través de un gobierno y una administración pública con fines de satisfacer las necesidades de una sociedad.

**Público objetivo:** Hace referencia a un consumidor representativo e ideal al cual se dirige una campaña o al comprador al que se aspira seducir con un producto o un servicio.

**Redes sociales:** Es una estructura social compuesta por un conjunto de actores que están relacionados de acuerdo a algún criterio.

**Reforestación:** Volver a sembrar o cultivar una superficie que había perdido su foresta (plantas, árboles, etc.)

**Sentido de pertenencia:** Es la satisfacción de unas personas al sentirse parte integrante de un grupo.

**SOSEA:** Secretaría de Obras Sociales de la Esposa del Alcalde.

**UMGAR:** Unidad Municipal de Gestión Ambiental y Riesgo

**Visión:** Se refiere a una imagen que la organización plantea a largo plazo sobre cómo espera que sea su futuro, una expectativa ideal lo que se espera que ocurra.

## BIBLIOGRAFÍA

- Álvarez, A. B. (2000). *El Poder de la Comunicación y las Organizaciones*. México: Plaza & Valdez.
- Argueta, W. M. (2016). *Estrategia para fortalecer la Comunicación en la Municipalidad de La Democracia Huehuetenango*. Guatemala, Guatemala: USAC.
- CEEI Galicia, S. y. (30 de Enero de 2009). <http://www.navarra.es>. Obtenido de [www.navarra.es/nr/rdonlyres/.../guiaparaelaborarunplandecomunicacion2012x.pdf](http://www.navarra.es/nr/rdonlyres/.../guiaparaelaborarunplandecomunicacion2012x.pdf)
- Galicia, C. E. (20 de Mayo de 2018). <http://www.bicgalicia.es>. Obtenido de [cristinaaced.com/pdf/planComunicacion\\_BIC%20Galicia.pdf](http://cristinaaced.com/pdf/planComunicacion_BIC%20Galicia.pdf)
- Hernández Sampieri, R. (2014). *Metodología de la Investigación Sexta Edición*. México: Mc Graw-Hill Interamericana, S.A. de C.V.
- Méndez, E. F. (2016). *Plan de Comunicación para el fortalecimiento de la Imagen del observatorio Ciprodeni*. Guatemala, Guatemala.
- Piloña, G. A. (2012). *Guía Práctica sobre Métodos y Técnicas de Investigación documental y de campo*. Guatemala: GP Editores.
- Roja, F. I. (5 de Junio de 2011). [www.ifrc.org](http://www.ifrc.org). Obtenido de [www.ifrc.org/Global/Publications/.../1220500-Monitoring-and-Evaluation-guide-SP.p](http://www.ifrc.org/Global/Publications/.../1220500-Monitoring-and-Evaluation-guide-SP.p)

## EGRAFÍA

- <http://dle.rae.es/?w=diccionario>
- <http://www.makinglovemarks.es/blog/guia-basica-para-crear-una-estrategia-de-comunicacion/>
- [https://campus.usal.edu.ar/pluginfile.php/45286/mod\\_resource/content/1](https://campus.usal.edu.ar/pluginfile.php/45286/mod_resource/content/1)
- <https://www.entrepreneur.com/article/257286>
- <https://www.gestiopolis.com/definicion-comunicacion-organizacional/>
- <http://munisanjosepinula.gob.gt/>

## ANEXOS

Transcripción completa de las entrevistas

- Nancy Bran encargada de la Dependencia: Desarrollo Comunitario (SOSEA).

El área de Desarrollo Comunitario mantiene una relación directa y constante con Comunicación Social, debido a que las actividades sociales que realiza deben ser divulgadas por los medios de comunicación de la Municipalidad. La encargada dijo conocer solamente dos de los cinco productos de comunicación que tiene Comunicación Social, el segmento periodístico Muni Pinula te informa y la cuenta oficial de Twitter.

Esta dependencia solicita coberturas periódicamente y lo hace por medio de correo electrónico y teléfono, e identificó como problemas la falta de comunicación entre los departamentos y la falta de equipo y personal en Comunicación Social.

- Encargado de la Policía Municipal de Tránsito (PM)

Por su lado la persona entrevistada dijo que no identifica ningún problema de comunicación entre las dependencias, conoce tres de cinco de los productos de Comunicación Social: Programa de televisión Muni Pinula te Informa, programa periodístico de televisión Muni Pinula Te Informa y la cuenta oficial de Facebook Muni San José Pinula, los califica como buenos y realiza los requerimientos por medio de otros medios que no son correo electrónico, teléfono, correspondencia y verbal, y lo hace una vez a la semana.

- Encargado de Servicios Públicos

Comunicación Social constantemente publica las obras que realiza Servicios Públicos, sin embargo en ocasiones Comunicación Social no tiene conocimiento de sus actividades y no puede darles cobertura. El encargado dijo conocer los cinco medios de comunicación que maneja Comunicación Social, hace sus requerimientos periódicamente por correspondencia e identificó la falta de transporte como un problema de Comunicación Social.

- Encargado de Comunicación Social: Sr. Jonny Herrera

Para poder conocer más a fondo las actividades y procedimientos de Comunicación Social se realizó una entrevista no estructurada y se obtuvo los siguientes hallazgos.

- ✓ Descripción de las labores del departamento:

Preparar las ediciones y actualizaciones de los diferentes medios de comunicación externos de la Municipalidad:

- Programa semanal de noticias transmitido en canal de cable local,
- Segmento noticioso en informativo del periódico local,
- Canal de Youtube
- Cuentas en Facebook y Twitter
- Página web

Dar cobertura a las actividades que realizan las otras dependencias para divulgarlas en los diferentes medios.

En el área gráfica: diseñar revistas, boletines, programas, diplomas, invitaciones, tarjetas de días conmemorativos, etc. según las necesidades de las dependencias, asó como apoyar a las dependencias en las actividades que requieran equipo de sonido, camarógrafo y en algunas ocasiones conducción de actividades.

- ✓ Descripción del puesto:

El señor Herrera es quien está a cargo de la unidad, recibe las solicitudes de cobertura y, acude a las reuniones internas de la Municipalidad, es el contacto directo con los encargados de las otras dependencias, así como con el alcalde y el secretario municipal.

Anualmente organiza los eventos más importantes de la Municipalidad, como la Feria Municipal en el mes de marzo y las actividades de independencia.

Como unidad Comunicación Social debe cubrir efectivamente las solicitudes de otras dependencias, del alcalde, el consejo y mantener a los pobladores de San José Pinula (como el grupo objetivo externo) informados de las obras, programas, actividades, etc. de la Municipalidad.

La dependencia de Comunicación Social no cuenta con Misión y Visión.

Las solicitudes se reciben de forma informal por teléfono o de forma verbal y regularmente a última hora, por lo que no se puede manejar una agenda y se dificulta cubrir todos los requerimientos.

Entre las necesidades de la dependencia están: actualizar el equipo de computación, otro equipo de sonido, otro equipo de video, una persona más (actualmente solo hay tres personas) y transporte; además necesitan apoyo profesional relacionado a medios de comunicación, debido a que los miembros del equipo no tienen profesiones relacionadas al campo.

## Modelo de la entrevista



Cuestionario para entrevista a encargados de las dependencias que integran el proceso comunicacional de Comunicación Social.

Dependencia a la que pertenece:

Cargo:

1. ¿Tiene relación con comunicación social:  
Si \_\_\_\_\_ No. \_\_\_\_\_
2. Cuál de estos productos conoce?
  - a. Segmento periodístico [Muni Pinula Te Informa](#)
  - b. Programa de televisión [Muni Pinula Te Informa](#)
  - c. Canal de Youtube [Muni San José Pinula](#)
  - d. Cuenta oficial en Facebook [Muni San José Pinula](#)
  - e. Cuenta oficial en Twitter: [@munisjp](#)
3. ¿Con qué frecuencia solicita algún producto a comunicación social?
  - a. 1 vez al día
  - b. 1 vez a la semana
  - c. 2-5 veces a la semana
  - d. 1 vez al mes
  - e. Periódicamente
4. ¿Qué herramienta utiliza con más frecuencia para hacer sus requerimientos a Comunicación social?
  - a. Correo electrónico
  - b. Teléfono
  - c. Correspondencia
  - d. Verbal
  - e. Otros
5. ¿Su área aporta información para que Comunicación Social la publique?  
A. Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

## Modelo de la Encuesta



El siguiente instrumento pretende recoger información sobre el desarrollo de los procesos de comunicación interna de la Municipalidad de San José Pinula. Sus respuestas serán de carácter confidencial y para uso exclusivo del presente estudio.

1. ¿Qué medio utiliza para comunicarse de forma interna en la Municipalidad?
  - A. Personalmente
  - B. De forma escrita
  - C. Telefónicamente
  - D. Correo electrónico
  - E. Intermediario
  
2. ¿Cómo califica la comunicación interna dentro de la Municipalidad?
  - A. Buena
  - B. Mala
  
3. ¿Considera que es importante la comunicación interna en la Municipalidad?
  - A. Si
  - B. No
  
4. ¿Para usted es importante dar a conocer a la población las actividades que realiza la municipalidad?
  - A. Si
  - B. No
  
5. ¿Qué medio de comunicación considera que es el mejor para divulgar las noticias de la Municipalidad?
  - A. Televisión
  - B. Periódico
  - C. Redes Sociales
  - D. Página Web
  
6. ¿Se mantiene informado sobre las actividades de la Municipalidad?
  - A. Si
  - B. No
  
7. ¿Qué canales de comunicación utiliza para conocer las actividades de la Municipalidad?
  - A. Programa de noticias
  - B. Periódico
  - C. Redes Sociales
  - D. Página Web
  
8. ¿Conoce los medios de comunicación de la Municipalidad?
  - A. Si
  - B. No

Fotografías del proceso del EPS



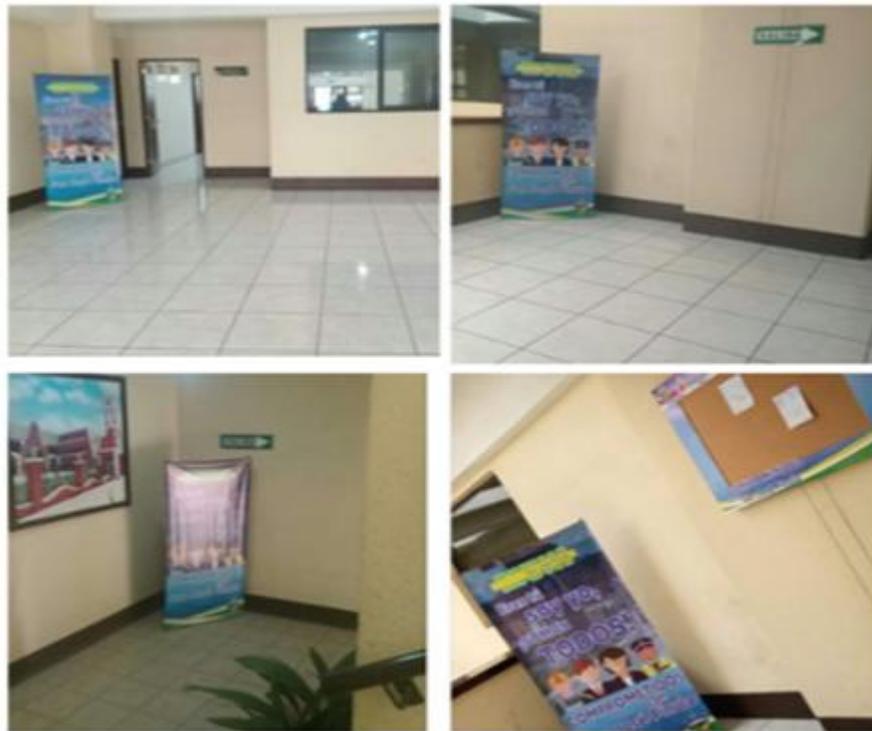
*Epesista Debora de Estevez en el proceso de entrevistas y encuestas al personal de la Municipalidad*



*Epesista Debora de Estevez en el proceso del Plan y diseño con el personal de Comunicación Social*



*Epesista Debora de Estevez en la entrega de banners a los encargados de Comunicación Social*



*Colocación de banners en las instalaciones del Palacio Municipal, elaborados por la epesista Debora de Estevez*



*Entrega de volantes al personal de las diferentes áreas de la Municipalidad, material elaborado por la epesista Debora de Estevez*



*Diseño e instalación de carteleras de corcho, realizado por la epesista Debora de Estevez*



*Reunión para entrega de resultados del diagnóstico a los jefes de departamento por la epesista Debora de Estevez*



*Epesista Debora de Estevez en capacitación sobre el uso del planificador de actividades al personal de Comunicación Social*



*Planificador de Actividades en uso en la oficina de Comunicación Social, elaborado Por Epesista Debora de Estevez*



*Personal de las diferentes áreas de la Municipalidad que participó en la capacitación y taller sobre Comunicación Organizacional, Organizado por la epesista Debora de Estevez*



*Epesista Debora de Estevez en la entrega de diplomas a los colaboradores que participaron en la capacitación sobre Comunicación Organizacional*

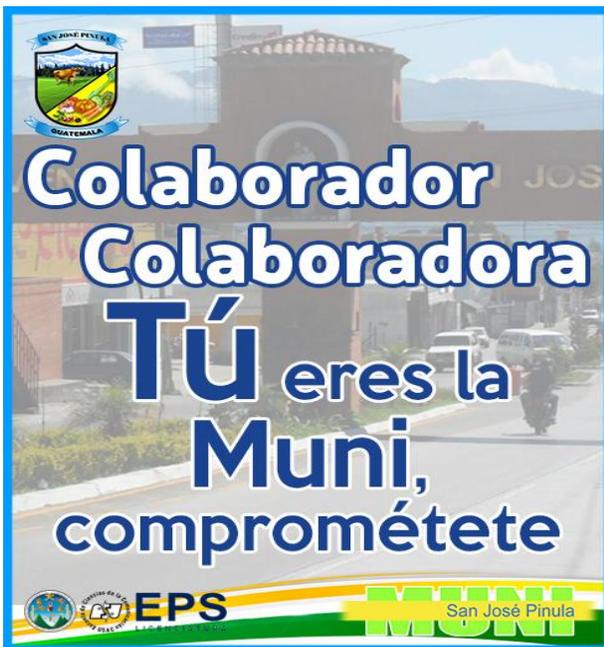


*Epesista Debora de Estevez en el desayuno y entrega de la Misión y la Visión a los colaboradores de Comunicación Social*



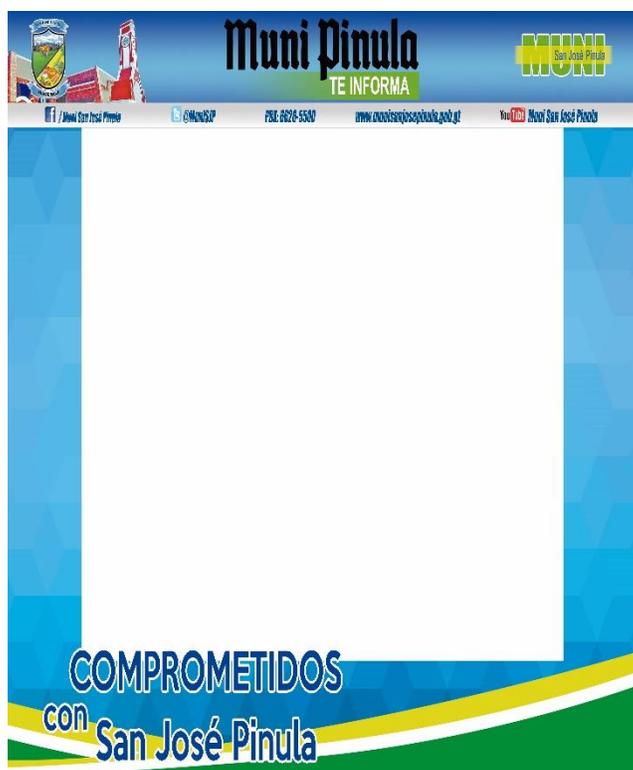
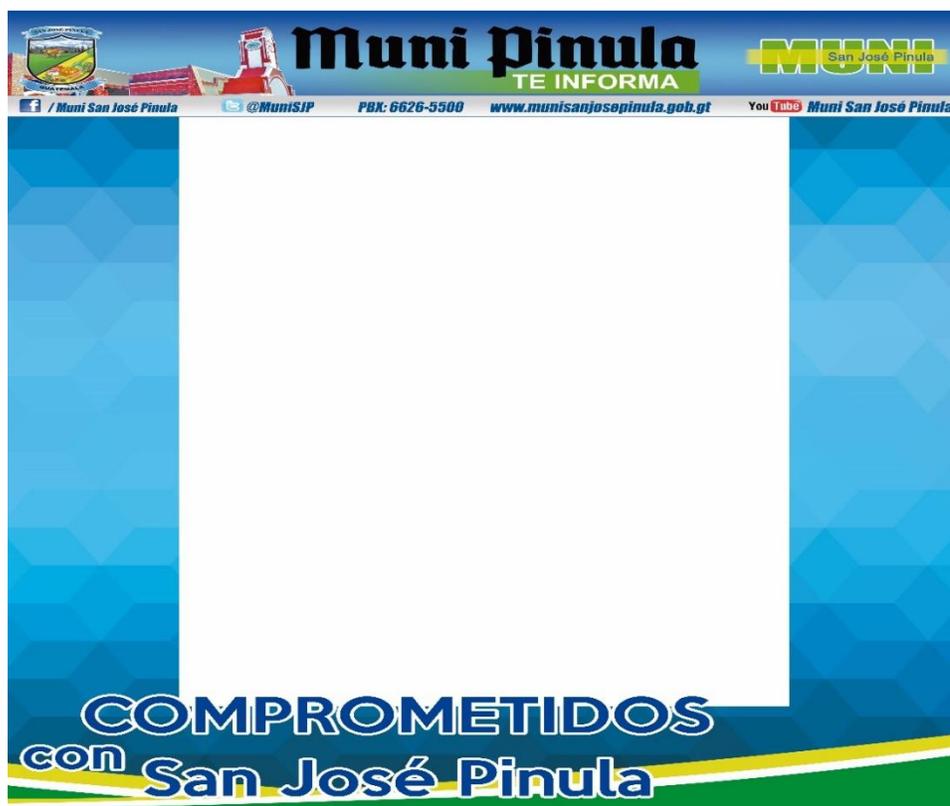
*Arte de los banners elaborados por la epesista Debora de Estevez y el equipo de Comunicación Social*

Volantes



Arte de los volantes elaborados por la epesista Debora de Estevez y el equipo de Comunicación Social

Diseño de carteleras



*Diseño del marco de las carteleras de corcho elaborado por la epesista Debora de Estevez.*

## Diseño de cuadros Misión y Visión



**Misión**

Somos la Unidad encargada de dar a conocer de forma oportuna y objetiva, los proyectos y actividades de la Municipalidad de San José Pinula, teniendo como fin primordial, que los pobladores del municipio estén informados del buen uso y manejo, de los recursos que recauda y con los que cuenta la municipalidad.



**Visión**

Ser la Unidad que cubra las necesidades comunicacionales de la Municipalidad de San José Pinula, manteniéndose actualizada de las tendencias de la comunicación y la información, para difundir de forma efectiva y estratégica, la imagen de la municipalidad y su gestión ante los pobladores del municipio.

*Arte de la filosofía de la unidad de Comunicación Social elaborado por la epesista Debora de Estevez*

# Planificador de actividades para Comunicación Social



**Comunicación Social**

**Actividades  
Cronograma Mensual**

UNIDAD - ACTIVIDAD	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31		
1. <b>Comunicación Social</b> • Cumplir con los pedidos de los clientes (solicitudes de propuestas, envíos de catálogos, cotizaciones, etc.).																																	
2. <b>Comunicación Social</b> • Cumplir con los pedidos de los clientes (solicitudes de propuestas, envíos de catálogos, cotizaciones, etc.).																																	
3. <b>Comunicación Social</b> • Realización del análisis, información general (estado financiero, datos de ventas, etc.), análisis de costos, etc.																																	
4. <b>Comunicación Social</b> • Cumplir con los pedidos de los clientes (solicitudes de propuestas, envíos de catálogos, cotizaciones, etc.).																																	
5. <b>Comunicación Social</b> • Cumplir con los pedidos de los clientes (solicitudes de propuestas, envíos de catálogos, cotizaciones, etc.).																																	
6. <b>Comunicación Social</b> • Cumplir con los pedidos de los clientes (solicitudes de propuestas, envíos de catálogos, cotizaciones, etc.).																																	
7. <b>Comunicación Social</b> • Cumplir con los pedidos de los clientes (solicitudes de propuestas, envíos de catálogos, cotizaciones, etc.).																																	
8. <b>Comunicación Social</b> • Cumplir con los pedidos de los clientes (solicitudes de propuestas, envíos de catálogos, cotizaciones, etc.).																																	
9. <b>Comunicación Social</b> • Cumplir con los pedidos de los clientes (solicitudes de propuestas, envíos de catálogos, cotizaciones, etc.).																																	

**Objetivos**

- Cumplir a cabalidad con las solicitudes hechas a Comunicación Social.
- Sobrepasar las expectativas de nuestros consumidores entregando productos actualizados e innovadores.
- Mantener el trabajo en equipo, practicando los valores de responsabilidad, compromiso e integración.

**Temas Clave**

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_
4. \_\_\_\_\_
5. \_\_\_\_\_
6. \_\_\_\_\_
7. \_\_\_\_\_
8. \_\_\_\_\_

**Procedimientos**

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_
4. \_\_\_\_\_
5. \_\_\_\_\_

**Observaciones**

*Arte del Planificador de Actividades realizado por la epesista Debora de Estevez*

Ficha de registro de horas



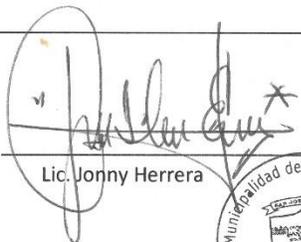
Universidad de San Carlos de Guatemala  
Escuela de Ciencias de la Comunicación  
Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura 2018

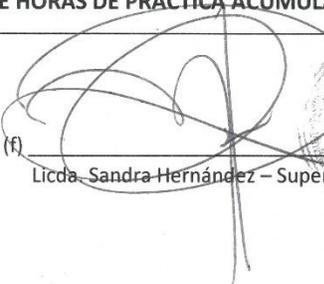


**Ficha de Registro de horas de Práctica Profesional Supervisada**

**Nombre del Alumno (a):** Debora Liliana Cabrera Morales de Estevez  
**Nº. Carné y DPI:** 200217180 - 2488706291801  
**Jefe o Encargado (a):** Lic. Jonny Herrera – Coordinador de Comunicación Social y Divulgación  
**Institución o Empresa:** Municipalidad de San José Pinula  
**Supervisora de EPSL:** Licda. Sandra Hernández

Sem. No.	Fechas	MES <sup>xx</sup>	HORAS PRACTICADAS						Total horas en la Semana
			Lun.	Mar.	Mier.	Jue.	Vie.	Sáb.	
1	Del: 14 / Al: 18	Mayo	6	6	4	6	6	-	28 hrs.
2	Del: 21 / Al: 25	Mayo	8	8	8	8	5	-	37 hrs.
3	Del: 28 / Al: 01	Mayo - Junio	8	8	8	8	8	-	40 hrs.
4	Del: 04 / Al: 08	Junio	8	8	8	8	8	-	40 hrs.
5	Del: 11 / Al: 15	Junio	8	8	8	8	8	-	40 hrs.
6	Del: 18 / Al: 22	Junio	6	6	6	6	6	-	30 hrs.
7	Del: 25 / Al: 29	Junio	4	4	4	4	4	-	20 hrs.
8	Del: 02 / Al: 06	Julio	6	6	6	6	6	-	30 hrs.
9	Del: 09 / Al: 13	Julio	4	4	4	4	4	-	20 hrs.
10	Del: 16 / Al: 20	Julio	6	6	3	0	0	-	15 hrs.
<b>TOTAL DE HORAS DE PRÁCTICA ACUMULADAS</b>									<b>300 hrs.</b>

(f)   
 Lic. Jonny Herrera  


(f)   
 Licda. Sandra Hernández – Supervisora EPSL  
