

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



**“ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN INTERNA EN LA DIRECCIÓN DE  
COMUNICACIÓN DE LA ENTIDAD METROPOLITANA REGULADORA DE  
TRANSPORTE Y TRÁNSITO DEL MUNICIPIO DE GUATEMALA Y SUS ÁREAS  
DE INFLUENCIA URBANA, -EMETRA-”**

Informe Final del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura

Presentado al Honorable Consejo Directivo por:

**RUT ESTER AZAÑÓN MOGOLLON**

**201122509**

Previo a optar el título de:

**LICENCIADO (A) EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

Guatemala, octubre de 2019

**Consejo Directivo:**

**Director:**

M.Sc. Sergio Vinicio Morataya García

**Representantes Docentes:**

M.A. Gustavo Adolfo Morán Portillo

Lic. Mario Enrique Campos Trijilio

**Representantes Estudiantiles:**

La Dirección Gabriela Eugenia Menegazzo

Hever Libni Emanuel Escobar Juárez

**Representante de Egresados:**

M.A. Jhonny Michael González Batres

**Secretaria:**

M.Sc. Claudia Xiomara Molina Avalos

**Coordinador de EPS Licenciatura**

M.A. Luis Arturo Pedroza Gaytán

**Supervisores de EPS Licenciatura**

M.A. Evelin Lisseth Hernández Mazariegos

Lic. Josue Othoniel Andrade de la Cruz

Licda. Krista María Ramírez Nájera

## Carta de FINIQUITO



**Muni  
Guate**

**EMETRA**

Guatemala, 25 de septiembre de 2019

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

Estimado Maestro Pedroza:

Por medio de la presente, hacemos constar que el(a) estudiante(a) epesista **RUT ESTER AZAÑÓN MOGOLLÓN** con número de carné: **201122509** de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, de la Universidad de San Carlos de Guatemala; como requisito y previo a obtener el título de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, realizo el Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura en esta institución específicamente en la **Dirección de Comunicación** cumpliendo con 300 horas efectivas de práctica comprendidas del **14 de mayo** al **13 de julio** del año en curso; tiempo durante el cual ejecuto el proyecto comunicacional: **ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN INTERNA EN LA DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN DE LA ENTIDAD METROPOLITANA REGULADORA DE TRANSPORTE Y TRÁNSITO DEL MUNICIPIO DE GUATEMALA Y SUS ÁREAS DE INFLUENCIA URBANA – EMETRA-**, entregando el material respectivo y debidamente recibido por **ENTIDAD METROPOLITANA REGULADORA DE TRANSPORTE Y TRÁNSITO DEL MUNICIPIO DE GUATEMALA Y SUS ÁREAS DE INFLUENCIA URBANA – EMETRA-**.

En tal virtud manifestamos entera satisfacción respecto al trabajo del (la) epesista y para los usos y procesos siguientes en el EPS de Licenciatura, extendemos la presente **CONSTANCIA DE FINALIZACIÓN DE SU PROYECTO DE EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO DE LICENCIATURA** en nuestra institución.

Atentamente,

Firma y sello



Amílcar Montejo García

Director de Comunicación EMETRA

[muniguate.com](http://muniguate.com)  
T. 1551  
f t i

21 calle 6-77 zona 1, Palacio Municipal,  
centro cívico, cuarto nivel.  
Teléfonos: 22858400 / 22858426

# DICTAMEN FAVORABLE DE INFORME FINAL DE EPSL



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



Guatemala, 4 de octubre de 2019

Estudiante  
Rut Ester Azañon Mogollon  
Carné: 201122509  
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: **“ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN INTERNA EN LA DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN DE LA ENTIDAD METROPOLITANA REGULADORA DE TRANSPORTE Y TRÁNSITO DEL MUNICIPIO DE GUATEMALA Y SUS ÁREAS DE INFLUENCIA URBANA. -EMETRA-”**. El citado trabajo llena los requisitos del 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 del 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”



Lic. Josue Andrade  
Supervisor EPS de Licenciatura



Vo. Bo. M. A. Luis Pedroza  
Coordinador EPS de Licenciatura

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

## DEDICATORIA

*“Esfuézate para ser la mejor versión de ti mismo.  
Ese poder y satisfacción es sólo tuya”.*  
Azañon, R.

Quiero iniciar inclinando mi rostro y con humildad dedicar y agradecerle a mi Padre Celestial, mi Creador, mi Dios, la oportunidad que me dio de iniciar y culminar una carrera universitaria con la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. Reconociendo que todo fue posible gracias a las fuerza que me dio día con día de seguir adelante, la inteligencia y sabiduría para cumplir con todo lo solicitado. Éste logro es de Él, por Él y para Él.

También dedico este triunfo a mis padres, que con mucho amor, grandes esfuerzos y sacrificios siempre me apoyaron en luchar por mis sueños, a cumplir mis metas y a motivarme que “todo lo que se inicia, se termina” sin discusión. Gracias por que me enseñaron que sin esfuerzo no hay victoria, y que no hay nada mejor que ir a la cama agotada y cansada pero, con la satisfacción de haber tenido un día agitado, corrido y esforzado.

A mi hermana, mujer admirable que me enseñó, enseña y seguirá enseñando a ser fuerte y valiente ante toda adversidad, que no hay lucha que no podamos sobre pasar, y que juntas somos más. Porque ella nunca me abandona, como yo tampoco a ella.

Hago una breve pausa, respiro y con gran satisfacción y alegría le dedico ésta meta alcanzada y éste sueño logrado a mi hermosa hija, que está por nacer. Beba hermosa, gracias por ser la gasolina a mi motor para que condujera a culminar ésta etapa universitaria y seguir adelante.

A mis amigos, gracias a todos ustedes, por estar presentes en las buenas y no tan buenas durante todos estos años, apoyarme en todos mis proyectos, creer en mí cuando se los pedía, desvelarse conmigo infinidad de veces, éste logro también es suyo. Gracias.

## **AGRADECIMIENTOS**

A mi PADRE Y DIOS TODO PODEROSO, por brindarme la oportunidad y fuerza de iniciar y culminar la carrera técnica, de licenciatura y ahora EPSL en la Escuela de Ciencias de la Comunicación, en la Universidad de San Carlos de Guatemala.

A mi FAMILIA, que siempre estuvo, está y estará a mi lado, siendo de apoyo en cada proyecto que me proponga. Gracias porque siempre velan por mi bienestar y comparten sus experiencias y sabiduría conmigo. Muchas gracias.

A mis AMIGOS, que conocí hace años en el día y lugar menos esperado, y a otros en los mismos salones universitarios. Gracias por hacer de mis días una aventura y enseñanza de nunca acabar.

A la UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA, por abrirme las puertas de donde me he forjado como profesional.

A la ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, a todos los docentes que compartieron sus conocimientos con mi persona, por su paciencia y porque me apoyaron en cada proyecto que se les planteaba.

A M.Sc. SERGIO MORATAYA, gracias por apoyar al programa EPS en la Licenciatura.

Al M.A. LUIS PEDROZA, gracias por brindarme su apoyo incondicional y oportuno tanto como docente y ahora como Coordinador de EPS de Licenciatura.

Al LIC. JOSUE DE LA CRUZ, muchas gracias por sus consejos en un proyecto como el mío, por la paciencia y apoyo incondicional.

Y por último pero no menos importante, a todas las personas que en algún momento me apoyaron en mis estudios, gracias por enseñarme a que hacer y qué no hacer, gracias por que en su momento fueron piezas clave para el éxito de hoy. Gracias.

## ÍNDICE

	Página
RESUMEN	I
INTRODUCCIÓN	III
JUSTIFICACIÓN	IV
<b>CAPÍTULO I</b>	<b>1</b>
<b>1. DIAGNÓSTICO</b>	<b>1</b>
<b>1.1 OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO</b>	<b>1</b>
1.1.1 Objetivo General	1
1.1.2 Objetivos Específicos	1
<b>1.2 LA INSTITUCIÓN</b>	<b>1</b>
1.2.1 Ubicación Geográfica	1
1.2.2 Integración y Alianzas Estratégicas	2
1.2.3 Antecedentes	2
1.2.4 Departamentos	3
1.2.5 Misión	4
1.2.6 Visión	4
1.2.7 Objetivos Institucionales	5
1.2.8 Público Objetivo	5
1.2.9 Organigrama	5
<b>1.3 METODOLOGÍA</b>	<b>8</b>
1.3.1 Descripción de Método	8
1.3.2 Técnicas e Instrumentos de recolección	8
1.3.3 Cronograma del Diagnóstico	9

<b>1.4 RECOPIACIÓN DE DATOS</b>	<b>10</b>
1.4.1 Gráficas e interpretaciones del resultado de las encuestas	10
<b>1.5 RADIOGRAFÍA DE LA INSTITUCIÓN</b>	<b>10</b>
1.5.1 Fortalezas	10
1.5.2 Oportunidades	10
1.5.3 Debilidades	11
1.5.4 Amenazas	11
<b>CAPÍTULO II</b>	<b>12</b>
<b>2. PLAN DE COMUNICACIÓN</b>	<b>12</b>
<b>2.1 ANTECEDENTES COMUNICACIONALES</b>	<b>12</b>
<b>2.2 OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN</b>	<b>13</b>
2.2.1 Objetivo General	13
2.2.2 Objetivos Específicos	13
<b>2.3 PÚBLICO OBJETIVO</b>	<b>14</b>
<b>2.4 MENSAJE</b>	<b>14</b>
<b>2.5 ESTRATEGIAS</b>	<b>14</b>
<b>2.6 ACCIONES DE COMUNICACIÓN</b>	<b>15</b>
<b>CAPÍTULO III</b>	<b>17</b>
<b>3. INFORME DE EJECUCIÓN</b>	<b>17</b>
<b>3.1 PROYECTO DESARROLLADO</b>	<b>17</b>
3.1.1 Financiamiento	18
3.1.2 Presupuesto	19
3.1.3 Beneficiarios	21
3.1.4 Recursos Humanos	21
3.1.5 Áreas Geográficas de Acción	21
<b>3.2 ESTRATEGIAS Y ACCIONES DESARROLLADAS</b>	<b>22</b>

<b>3.3 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES</b>	<b>23</b>
<b>3.4 CONTROL Y SEGUIMIENTO</b>	<b>24</b>
<b>CONCLUSIONES</b>	<b>27</b>
<b>RECOMENDACIONES</b>	<b>28</b>
<b>GLOSARIO DE TÉRMINOS</b>	<b>29</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA Y E GRAFÍA</b>	<b>30</b>
<b>ANEXOS</b>	<b>31</b>

## RESUMEN

La Entidad Metropolitana Reguladora de Transporte y Tránsito del Municipio de Guatemala y sus Áreas de Influencia Urbana, -EMETRA- es la Entidad que se me brindó la oportunidad de realizar mi Estudio Profesional Supervisado de Licenciatura EPSL.

Todo inició conversando con el Director de Comunicación en EMETRA, Amílcar Montejo García, quién brindó información importante respecto que la Dirección como tal, fue creado los primeros días del mes de enero del presente año, por lo que no tenía mucho que ofrecer más que toda la disposición de recibir sugerencias respecto a cómo mejorar y fortalecer la Dirección, y gestionar la autorización para los permisos necesarios del personal que tiene a su cargo, como Director de comunicación.

Desde principios del primer trimestre del año, durante varios días se realizó la etapa de “Diagnóstico de comunicación” en la que se pudo investigar sobre los antecedentes que tiene la Entidad como tal, y observar, analizar e interpretar de una forma más directa y concreta las debilidades y fortalezas que la Dirección de comunicación tenía a nivel interno y externo. Fue una etapa en la que se comprueba que no es lo mismo una empresa privada a una entidad pública, aunque ambas tengan un departamento de comunicación, existen algunos procesos más complejos que otros. También es notable que no es lo mismo vender un producto a brindar un servicio.

En la etapa del “Plan de comunicación”, había que unificar criterios, priorizar necesidades, crear objetivo general y específicos, proponer estrategias y acciones de comunicación que más se adaptan a las necesidades que la Dirección tiene como tal. Una vez con el panorama claro de qué es lo que se podía hacer para integrar al personal de la Dirección y brindándoles las herramientas necesarias para fortalecer y capacitar a las personas que integran dicha Dirección, se le expuso al director, obteniendo una aprobación y luz verde al mismo. Así mismo por último pero no menos importante, se realizó un presupuesto aproximado de gastos a realizar durante la aplicación de las acciones de comunicación en la Entidad. Otro factor importante fue calendarizar cada actividad a través de un cronograma, tomando en cuenta descansos nacionales y municipales, actividades internas, personal en vacaciones entre otros.

A la hora de comenzar con la etapa de “Ejecución de la práctica e informe de ejecución”, se inició con una reunión con todo el personal que tenía la Dirección de Comunicación de EMETRA, obteniendo como resultado la aceptación e interés de parte de los integrantes la Dirección al plan de ejecución de la práctica del EPSL. Así mismo, se les expuso una calendarización (siempre sujeta a cambios) para las actividades a realizar. En la que se debe de mencionar que en todas las actividades y capacitaciones brindadas por expertos en el tema y por mi persona como Epesista, el número de personas que llegaron fue incrementando en cada ocasión, ya que por motivos de que la Dirección está en proceso de formación, el número de personas fue aumentando, y todos se presentaban a las actividades con interés de mejorar e integrarse mejor como Dirección

## INTRODUCCIÓN

La comunicación es una necesidad principal que tienen los seres humanos para poder expresar sentimientos, necesidades, deseos, afirmaciones, negaciones, pero así mismo también leyes, reglas y estatutos que son útiles para mantener el orden en la comunidad, ciudad o país. Por lo que día con día se trata de mejorar y facilitar los procesos de comunicación para tener una mejor interacción los unos con los otros, de forma individual, como empresarial o institucional.

Lo antes mencionado permite que toda empresa, entidad o institución tengan un departamento especialmente establecido para crear estrategias y proyectos de comunicación, de forma interna (con los mismos colaboradores) y externa (lo que se exterioriza al grupo objetivo).

En éste caso, la Entidad Metropolitana Reguladora de Transporte y Tránsito del Municipio de Guatemala y sus Áreas de Influencia Urbana, -EMETRA- por el momento cuenta con algunas fortalezas pero al mismo tiempo con varias debilidades, y es allí en donde éste proyecto toma vida, fortaleciendo con la comunicación interna al personal de la “Dirección de comunicación”.

## **JUSTIFICACIÓN**

La Dirección de Comunicación de la Entidad Metropolitana Reguladora de Transporte y Tránsito del Municipio de Guatemala y sus Áreas de Influencia Urbana, -EMETRA-, ha creado la Dirección de Comunicación los primeros días del presente año.

Por lo que éste proyecto toma importancia por ser uno de los primeros proyectos realizados en dicha Dirección. Así mismo, parte de los objetivos es fortalecer la comunicación interna que hay dentro del misma Dirección

Todo lo antes mencionado es aplicado dentro del personal de la Dirección y utilizando los medios de comunicación que ya existen y reactivarlos de una forma apropiada. Y es aquí en donde éste proyecto cobra vida y pone manos a la obra.

## **CAPÍTULO I**

### **1. DIAGNÓSTICO**

“Diagnosticar la comunicación de la Dirección de Comunicación de la Entidad Metropolitana Reguladora de Transporte y Tránsito del Municipio de Guatemala y sus Áreas de Influencia Urbana, -EMETRA-”.

#### **1.1. OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO**

##### **1.1.1 Objetivo General**

Diagnosticar la comunicación de EMETRA.

##### **1.1.2 Objetivos Específicos**

- Determinar qué canal de comunicación es el adecuado para trasladar la información dentro del mismo.
- Comprobar si EMETRA cuenta con medios digitales.
- Verificar si al personal de la Dirección de comunicación se le capacita y actualiza constantemente, en temas de comunicación.

#### **1.2. LA INSTITUCIÓN**

Entidad Metropolitana Reguladora de Transporte y Tránsito del Municipio de Guatemala y sus Áreas de Influencia Urbana, -EMETRA-.

##### **1.2.1 Ubicación Geográfica**

- Oficinas Centrales: 21 calle 6-77 zona 1, 4to nivel Palacio de la Municipalidad de Guatemala.
- Anexo: 9na avenida 1-09, zona 12, Edificio de la Policía Municipal de Tránsito PMT.

### 1.2.2 Integración y Alianzas Estratégicas

- Alcaldías auxiliares.
- Concejo Municipal.
- Direcciones y secretarías municipales.
- Entidades Municipales:
  - Bomberos Municipales.
  - EMPAGUA.
  - Empresa Metropolitana de Vivienda y Desarrollo Urbano.
  - TRANSMETRO.
- Mini Munis.
- Ventanilla Única.

### 1.2.3 Antecedentes

La Municipalidad de Guatemala, siempre ha tenido la responsabilidad de velar por el bienestar de las personas que viven y visitan la ciudad capital. Por lo que el Concejo Municipal, dando utilidad a la autonomía que le corresponde da lugar a lo siguiente:

Artículo 41. Código Municipal considera a la atribución del Concejo Municipal, emitir los acuerdos de creación de sus dependencias, empresas y unidades ser servicios administrativos.

Por lo que el 6 de diciembre de 1996, según el Acuerdo COM-008, se crea la Empresa Metropolitana Reguladora de Transporte y Tránsito del Municipio de Guatemala y sus Áreas de Influencia Urbana, -EMETRA. Generando el reemplazo de la Dirección de Transportes Públicos Urbanos. Así mismo, el 13 de febrero del año 2013 el acuerdo sufre una modificación en el nombre, quedando como: Entidad Metropolitana Reguladora de Transporte y Tránsito del Municipio de Guatemala y sus Áreas de Influencia Urbana, -EMETRA.

Uno de los fines principales de la creación de EMETRA, era poder brindar un ordenamiento al transporte público y privado, ya que año con año el aumento de vehículos que transitan dentro del perímetro de la ciudad capital, es notable. Por lo que en abril de 1997 se creó la Policía Municipal de Tránsito PMT. Dando lugar al ordenamiento vial en las calles y avenidas de la ciudad. Años después, viendo las necesidades que la Entidad de EMETRA tiene, con el aumento de vehículos y tecnología permite que en enero del 2019 se crea la Dirección de Comunicación, iniciando con pocos recursos pero con toda la fuerza de ser un pilar importante para el mejoramiento de la Entidad y brindar un mejor servicio a toda la población guatemalteca y visitantes.

#### 1.2.4 Departamentos

- Junta directiva:
  - Dirección de auditoría interna.
  - Secretaria auxiliar de junta directiva.
  
- Dirección general:
  - Dirección de Comunicación.
  - Unidad de estadística institucional.
  
- Subdirección general:
  - Unidad de asuntos internos.
  - Dirección administrativa.
    - Departamento de compras.
    - Departamento de mantenimiento.
    - Departamento de vehículos.
    - Departamento de servicios generales.
    - Departamento de atención al vecino.
  
- Dirección financiera.
  - Departamento de tesorería.
  - Departamento de contabilidad.
  - Departamento de presupuesto.
  - Departamento de inventarios.
  - Departamento de almacén.
  
- Dirección de asuntos jurídicos.
  - Departamento de asuntos administrativos-constitucionales.
  - Departamento económico coactivo.
  - Departamento laboral.
  - Departamento penal y donaciones.
  
- Dirección de recursos humanos.
  - Departamento de reclutamiento y evaluaciones.
  - Departamento de registro, control y archivo.
  - Departamento de normas y procedimientos.

- Dirección de recaudación y gestión.
  - Departamento de ingresos y gestión.
  - Departamento de parqueos y servicio públicos.
  - Departamento de medios de transporte.
  - Departamento de parquímetro y mobiliario urbano.
  
- Dirección de planificación y desarrollo institucional.
  - Departamento de planificación.
  - Departamento de desarrollo institucional.
  
- Dirección de informática y tecnología.
  - Departamento de programación.
  - Departamento técnico.
  
- Dirección policía municipal de tránsito.
  - Intendencia administrativa.
  - Intendencia de operaciones norte
  - Intendencia de operaciones sur.
  - Academia de la PMT.
  - Departamento de semaforización, señalización y monitoreo.

#### 1.2.5 Misión

Ser la entidad que participe activamente en el ordenamiento integral de la movilización del tránsito del Municipio de Guatemala, con ejecución de políticas, normas y estrategias municipales a través de la Policía Municipal de Tránsito.

#### 1.2.6 Visión

Ordenar y movilizar el tránsito con personal y agentes capacitados, señalización de la red vial, semaforización, manejo de cámaras así como llevar el registro y control de los prestadores de servicios de transporte, para el bienestar de los vecinos del municipio.

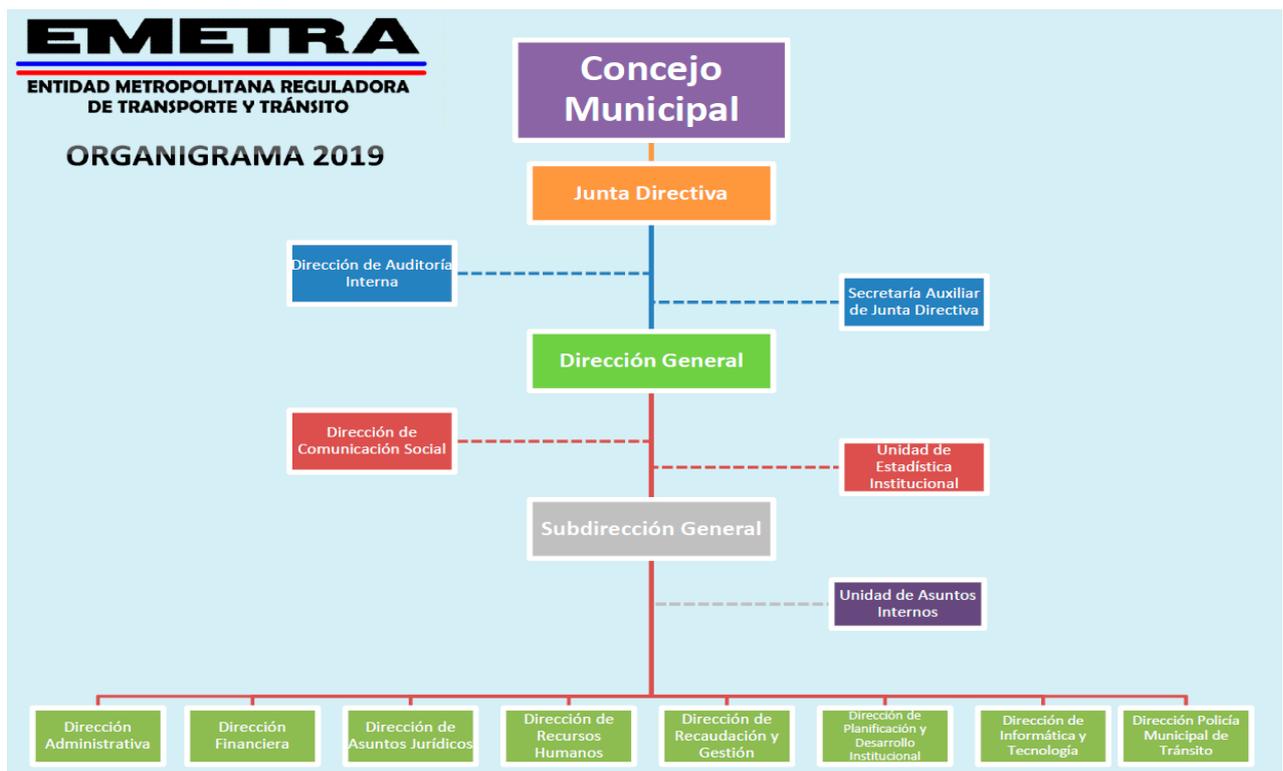
### 1.2.7 Objetivos Institucionales

Establecer el orden vehicular y peatonal, en todo el perímetro de la Ciudad capital.

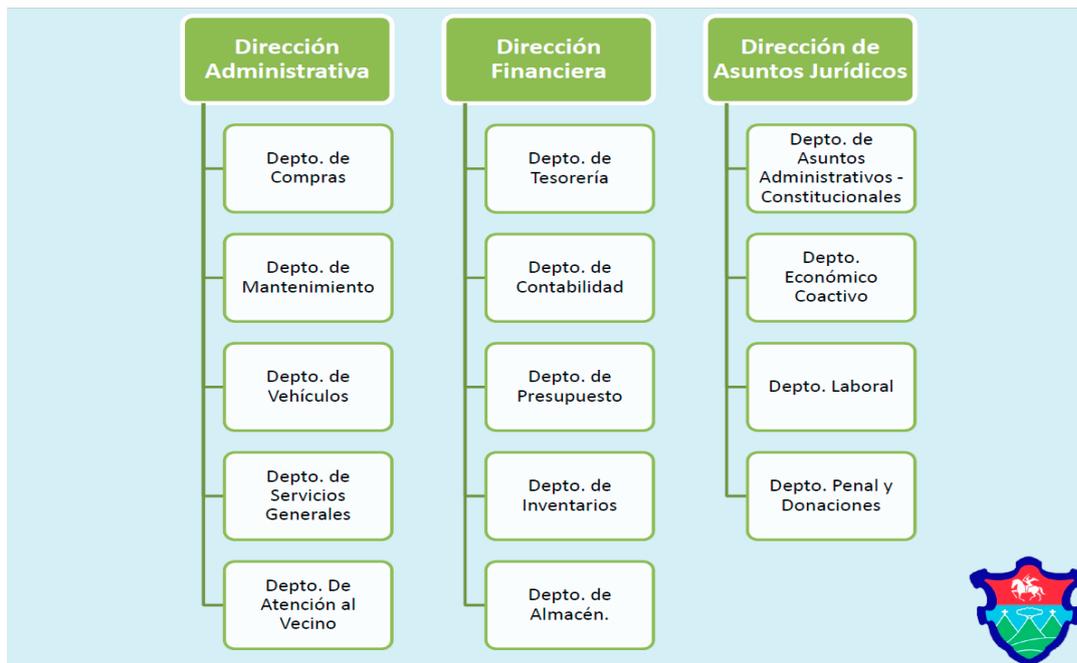
### 1.2.8 Público Objetivo

Personas que circulan dentro del perímetro de la ciudad capital, en cualquier medio de transporte.

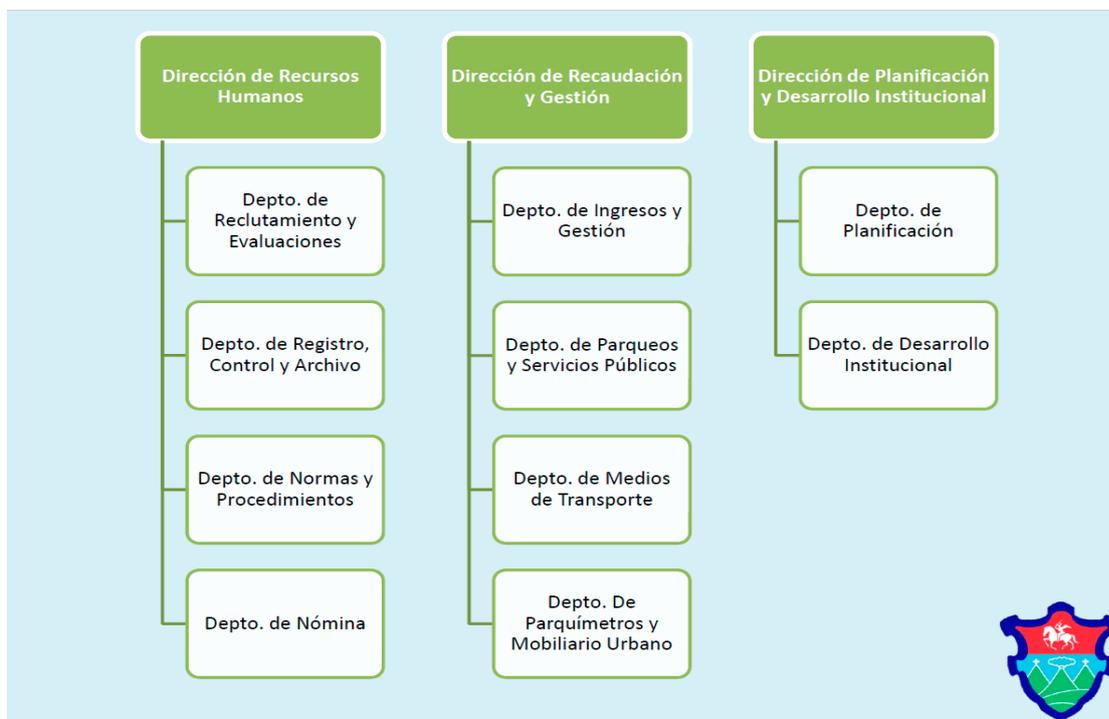
### 1.2.9 Organigrama



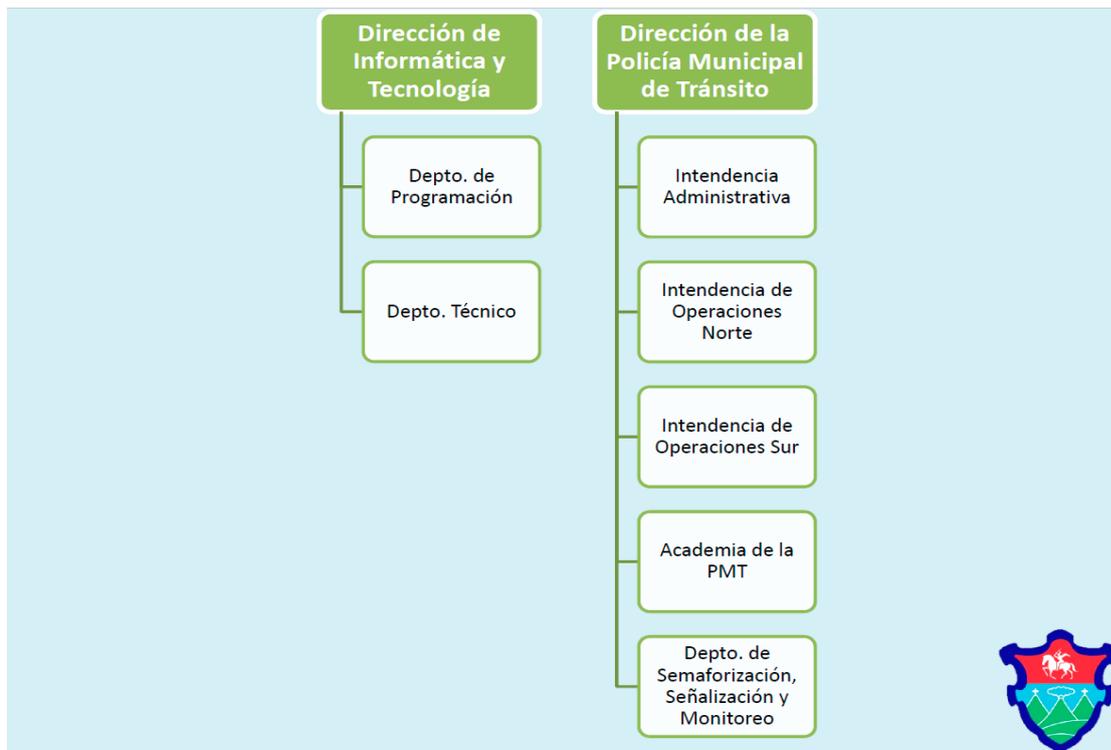
Fuente: Unidad de Acceso a la Información Pública, Municipalidad de Guatemala, 2019.



Fuente: Unidad de Acceso a la Información Pública, Municipalidad de Guatemala, 2019.



Fuente: Unidad de Acceso a la Información Pública, Municipalidad de Guatemala, 2019.



*Fuente: Unidad de Acceso a la Información Pública, Municipalidad de Guatemala, 2019.*

## 1.3 METODOLOGÍA

### 1.3.1 Descripción de Método

La metodología a utilizar en ésta investigación es con la metodología cuantitativa ya que se acopla a realización del presente diagnóstico. El método cuantitativo como lo explica (Piloña, 2012) “Prioriza la actividad investigativa siguiendo el método deductivo. Pone énfasis en la recolección de datos con instrumentos que faciliten el acopio, el ordenamiento, la codificación, sumario, y el análisis estadístico de los mismos. Se basa en observaciones, ideas, preguntas o hipótesis previas que deben de ser probadas o comprobadas durante el proceso sistematizado de la investigación, para finalmente generalizar y difundir los resultados”.

### 1.3.2 Técnicas e Instrumentos de recolección

Observación. Uno de los métodos más eficaces, por lo que da espacio al análisis, comprensión y encontrar los problemas y soluciones de una forma empírica pero certera. Lo antes mencionado se basa según Piloña, (2012) dice: “Observación: al proceso del conocimiento que utiliza los órganos de los sentidos del ser humano. Es sensorial, lógica y práctica. Requiere de condiciones físicas y psicológicas aceptables. Observar significa atentamente los sentidos hacia un objeto o fenómeno del conocimiento. Puede ser directa o indirecta. Directa si el sujeto que observa está presente ante el fenómeno (ordinaria); o si está involucrado (participa) del mismo. Indirecta si no lo está y sólo obtiene datos o evidencias de otras personas que fueron testigos reales o presenciales. (Testimonios conscientes). p.47”.

El éste caso, la Dirección de comunicación no cuenta con mayor estructura, tampoco plan de acción, pero si cuenta con antecedentes y personas con experiencia empírica para poder crear bases fuertes y sólidas. Y creando la Dirección de Comunicación es la mejor estrategia para brindar un pilar fuerte y fundamental en la Entidad de EMETRA.

Encuestas: Otro método muy asertivo y concreto para la recopilación de datos, ya que son preguntas directas respecto al tema del proyecto y los métodos de información y comunicación.

Las encuestas son aplicadas como lo indica Piloña, (2012) afirmando: “La encuesta: es la técnica mediante la cual se adquiere información de un grupo o parte de la población, a la que se le denomina muestra. Consiste en indagar o interrogar a determinadas personas, a través de un cuestionario previamente preparado, calificado y sometido a prueba, según los particulares

objetivos que interesan alcanzar a través de esta técnica. Usualmente son pocas preguntas. p. 85”. A demás, hoy en día, gracias a la tecnología existen varias formas de poder tener un acercamiento a las personas y obtener la información necesaria para éste proyecto, por lo que mi muestra para el diagnóstico fue de 5 personas (integrantes de la Dirección de comunicación de EMETRA).

### 1.3.3 Cronograma del Diagnóstico

Actividad	Febrero											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Recopilación de información textual de la institución	X	X	X	X								
Búsqueda de material adicional para el sustento de la ,investigación					X	X	X	X				
Entrevista con el director de la Dirección de comunicación											X	
Elaboración de encuestas y recopilación de datos											X	
Afinar detalles para la presentación del diagnóstico.												X

*Epesista: Rut Ester Azañon Mogollón, 2019.*

## **1.4 RECOPIACIÓN DE DATOS**

### **1.4.1 Gráficas e interpretaciones del resultado de las encuestas**

En la encuesta realizada a los integrantes de la Dirección de comunicación de EMETRA, se realizó una serie de preguntas básicas sobre “qué es comunicación”, “cómo manejan ellos la comunicación interna como departamento”, “qué temas de comunicación consideran que son necesarios ser reforzados”.

Todo lo anterior reflejó que los integrantes (los cuales son muy pocos) no se conocían todos entre sí, y necesitan refuerzo en la comunicación interna para poder ser una Dirección íntegra. Otro punto que se reflejó, es que la información que es publicada en los medios de comunicación, no todos los integrantes conocen la misma, siendo ellos mismos quienes son parte del proceso de la recopilación, filtración, edición y publicación.

Así mismo, hay varios temas básicos pero muy necesarios, los cuales reconocen que necesitan refuerzo y aprender más sobre ellos, como por ejemplo, solicitan que se les capacite en el tema de “Cómo hablar en público”, ya que existen 3 personas que son los presentadores de la PMT de la Ciudad de Guatemala, en los noticieros a nivel nacional.

## **1.5 RADIOGRAFÍA DE LA ENTIDAD**

### **1.5.1 Fortalezas**

La Dirección tiene como fortaleza a un equipo de trabajo con experiencia empírica y dispuesto a recibir todo tipo de capacitación e inducción para mejorar su trabajo día con día.

### **1.5.2 Oportunidades**

La municipalidad de Guatemala y sus entidades (EMETRA es una de ellas) tienen el deber de tener las mejores estructuras y estrategias para un buen manejo administrativo y de mejora constante. Para que en el momento en que otras municipalidades le soliciten apoyo en capacitaciones para mejorar sus administraciones, se les pueda brindar con excelencia.

Otra oportunidad que se tiene, es el hecho de concientizar a la población que circula por el perímetro de la ciudad capital, respecto a conocer un poco más la ley de tránsito y la

responsabilidad y derecho que se tiene a la hora de circular en cualquier tipo de automotor y las consecuencias que trae el no cumplir con la ley.

#### 1.5.3 Debilidades

la Dirección de comunicación es nuevo, ya que fue creado a principios de enero 2019, por lo que no cuenta con: todo el recurso humano necesario, presupuesto para hacer inversiones en equipo básico, instalaciones fijas y apropiadas de una Dirección de Comunicación, presupuesto para capacitaciones del personal de comunicación, entre otros factores.

#### 1.5.4 Amenazas

Grupos de personas que se reúnen para hacer conocer su descontento ante la aplicación de las leyes y normas ya establecidas.

Así mismo las cuentas falsas en redes sociales, que se encargan de desprestigiar las cuentas oficiales, en donde se hacen las publicaciones con información de importancia para la población guatemalteca.

## **CAPÍTULO II**

### **2. PLAN DE COMUNICACIÓN**

El plan de comunicación es un documento donde se recopilan: recursos, estrategias, políticas, objetivos y acciones de comunicación; tanto internas como externas que tiene la empresa, entidad o institución.

Éste plan, es de suma importancia porque ayuda a organizar los procesos de comunicación y guía el trabajo comunicativo. Además ayuda a facilitar la orientación y evitar la dispersión a la que puede llevarnos día a día el trabajo. El plan de comunicación es una guía de principios y propuestas flexibles, la cual no tiene un límite como tal, por el contrario, ayuda a mantener un orden en cada paso y dar espacio para la innovación de cada proyecto, y preparar el área para nuevas ideas y métodos más efectivos de comunicación interna y externa.

#### **2.1 ANTECEDENTES COMUNICACIONALES**

La Entidad Metropolitana Reguladora de Transporte y Tránsito del Municipio de Guatemala y sus Áreas de Influencia Urbana, -EMETRA-, creó la Dirección de Comunicación los primeros días del mes de enero del presente año, por lo cual inician un gran desafío debido a que no existe un presupuesto para poder contratar al personal necesario, adquirir equipo básico, programas de edición y tener las instalaciones que una Dirección como tal requiere. Por lo que algunas personas de la Entidad fueron asignadas a ésta Dirección, haciendo su mejor esfuerzo y maximizando cada uno de los recursos que llegan a sus manos para poder darle forma a la Dirección y hacer que funcione lo mejor posible.

Lo antes mencionado, brinda un panorama claro en el cual muestra que no existen antecedentes comunicacionales en ésta Dirección. Hasta el momento no existen estudios realizados que demuestran las estrategias de comunicación, ni las técnicas más efectivas como Entidad para comunicarse con la población.

Por lo que éste es uno de los primeros estudios profesionales con base académica universitaria que se realizará en la Dirección de comunicación de la Entidad Metropolitana Reguladora de Transporte y Tránsito del Municipio de Guatemala y sus Áreas de Influencia Urbana, -EMETRA-.

Por último pero no menos importante, se hace mención que las personas que laboran en ésta Dirección, aunque no cuenten con los títulos de comunicadores, tienen la experiencia empírica, que les permite utilizar los medios de comunicación que se tienen de la mejor forma y mantener informada a la población guatemalteca.

## **2.2 OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN**

Los objetivos que se plantean, son producto del análisis en el periodo del diagnóstico. Durante dicho período de tiempo se ha podido entrevistar, observar y analizar la estructura de la Dirección y cómo funciona. Por lo que se ha podido reestructurar el objetivo general y los específicos del Estudio Profesional Supervisado de la Licenciatura.

### **2.2.1. Objetivo General**

“El fin general es crear un plan de comunicación idóneo para la Dirección de comunicación de -EMETRA-”

### **2.2.2. Objetivos Específicos**

- Mejorar la comunicación interna entre los integrantes de la Dirección de comunicación.
- Capacitar al personal de la Dirección de comunicación sobre estrategias de comunicación.
- Elaborar material informativo, sobre temas de comunicación, que se apegan a las necesidades.

## **2.3 PÚBLICO OBJETIVO**

Personal de la Dirección de comunicación de -EMETRA-.

## **2.4 MENSAJE**

En mensaje surge después de la definición del objetivo general y los específicos, emergiendo la idea principal que se desea transmitir a la Dirección de comunicación (comunicación interna).

La Dirección de comunicación, está en proceso de formación, tanto en integración de personal, como el establecer funciones, cargos y responsabilidades a cada uno de los integrantes.

Por lo que, parte de mi función es fomentarles la idea que el trabajo de comunicación no es individual, sino por el contrario es un trabajo en equipo en donde todos tienen que cumplir con el rol establecido y con la responsabilidad asignada, para poder obtener resultados cuantificables y positivos como Dirección. Esto da lugar a plasmarse el mensaje de:

*“Juntos somos comunicación”.*

## **2.5 ESTRATEGIAS**

La estrategia es la habilidad de proyectar y dirigir acciones encaminadas hacia un fin determinado.

Por lo que en éste proyecto, se ha creado un listado de estrategias a aplicar dentro de la Dirección de comunicación de EMETRA, para fortalecer al equipo de trabajo.

Las estrategias para la comunicación interna de la “Dirección de comunicación” de EMETRA son:

- Fortalecimiento de la comunicación interna dentro de la Dirección de comunicación.
- Capacitar al personal de la Dirección de comunicación, respecto al tema de “estrategias de comunicación”.
- Brindarles material de apoyo sobre temas de comunicación.
- Solicitar la creación de correo electrónico para todos los integrantes de la Dirección de comunicación.

## 2.6 ACCIONES DE COMUNICACIÓN

Las acciones de comunicación son herramientas con las que podemos dar a conocer e informar a las demás personas (grupo objetivo) sobre ciertos datos o experiencias. Obteniendo en la mayoría de casos, una respuesta a la información brindada con anterioridad, generando una comunicación efectiva.

Tomando en cuenta que la Dirección de comunicación se acaba de crear, todo es nuevo y el equipo de trabajo no está integrado como tal. La primera acción es crear una estrategia de comunicación interna para poder integrar al equipo de trabajo de la Dirección.

<b>ACCIÓN 1</b>	
<b>A qué estrategia responde la acción</b>	Fortalecimiento de la comunicación interna dentro de la Dirección de comunicación
<b>Problema</b>	No existe una comunicación eficaz dentro de la Dirección de parte de los colaboradores. Entre el personal, no conocen las atribuciones y ni trabajo uno del otro.
<b>Producto</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Solicitar la creación de correo electrónico para todos.</li> <li>• Realizar algunas actividades para que todos se conozcan y se enteren del cargo que cada uno tiene.</li> </ul>
<b>Objetivo comunicacional</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Informar a todos el trabajo que les corresponde, y colaborar entre todos a quien lo necesite.</li> <li>• Fortalecer lazos laborales.</li> </ul>
<b>Público Objetivo</b>	Interno (Personas que laboran en la Dirección de comunicación EMETRA).
<b>Medio de difusión</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Informe digital (recibido por correo electrónico).</li> <li>• Realizar reuniones personales para interacción los unos con los otros.</li> </ul> (Personas que laboran en la Dirección de comunicación EMETRA).

Otra de las acciones a realizar es capacitar al equipo de comunicación en temas de comunicación como tal. Tomando en cuenta temas que ellos mismos propusieron y en los que indican que necesitan refuerzo.

<b>ACCIÓN 2</b>	
<b>A qué estrategia responde la acción</b>	<p>Capacitar al personal de la Dirección de comunicación, respecto a los temas:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- “Estrategia comunicacional.”</li> <li>- “Como hablar en público”</li> <li>- “Contracultura”.</li> </ul>
<b>Problema</b>	<p>Al personal, no se le brindan las capacitaciones necesarias para informarse y actualizarse respecto a “estrategias de comunicación, como hablar en público y contracultura”, así mismo tampoco reciben capacitaciones de ningún otro tema de interés comunicacional.</p>
<b>Producto</b>	<p>Contratar a un licenciado experto en el tema de “Estrategias en Comunicación” y a un Coach formador personal que impartirá los temas de “Como hablar en público” y “Contracultura” para que les capacite y asesore.</p>
<b>Objetivo comunicacional</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Brindarle el conocimiento para el mejor uso de las técnicas y herramientas de comunicación que se tienen y cómo maximizar los recursos.</li> </ul>
<b>Público Objetivo</b>	<p>Interno (Personas que laboran en la Dirección de comunicación EMETRA).</p>
<b>Medio de difusión</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reunión presencial en una sala de conferencia, con cañonera y material para tomar notas.</li> <li>• La presentación dada, se enviará por correo a los empleados, para que les sirva como material de apoyo.</li> </ul>

## CAPÍTULO III

### 3. INFORME DE EJECUCIÓN

Un informe de ejecución se encarga de dar a conocer el proceso que se llevó a cabo física, administrativa y financiera de un proyecto.

El informe de ejecución evalúa lo siguiente:

- El cumplimiento del objetivo general y específicos en la etapa de “ejecución de la práctica”.
- La relación de los resultados previstos en el “plan de comunicación” y los obtenidos en “La ejecución de la práctica”.
- El destino de los recursos financieros, ósea el apego al presupuesto.

#### 3.1 PROYECTO DESARROLLADO

“ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN INTERNA EN LA DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN DE LA ENTIDAD METROPOLITANA REGULADORA DE TRANSPORTE Y TRÁNSITO DEL MUNICIPIO DE GUATEMALA Y SUS ÁREAS DE INFLUENCIA URBANA, -EMETRA-”.

Tomando en cuenta todos los datos recabados en el proceso de “diagnóstico de comunicación” y “plan de comunicación”, se logró determinar una estrategia de comunicación interna, especialmente para el equipo de trabajo de la Dirección de comunicación de EMETRA.

Iniciando con la presentación de todos los integrantes como tal y presentación de su trabajo, ya que la Dirección se encontraba bastante disperso y no había mayor comunicación entre ellos mismos. Luego de tener establecido la función de cada uno de los integrantes de la Dirección ya se logró avanzar con la capacitación y talleres para aumentar el conocimiento que se tenía sobre hacer comunicación tanto interna, como en algún momento externa.

También se les hizo mención y enseñó un poco respecto a la importancia que se tiene hacer comunicación externa, ya que los medios de difusión como lo indica el Dr. Ricardo Amann en un artículo de revista EticaNet “Los medios de difusión (radio, cine, prensa, televisión) son medios unidireccionales que se complementan con las tecnologías de comunicación información. (Internet, computación, celulares) y forman una red de información y comunicación en la que están inmersos sobre todo los niños y los jóvenes...” Amann (2007). Por lo que la información publicada en cualquier medio de comunicación masivo, tiene como función principal mantener informada a la población guatemalteca, pero así mismo, cada publicación (sea cual sea el medio) tendrá una respuesta positiva (que es lo que se espera) o negativa (se trata de evitar).

Así mismo, se logró gestionar la creación de correo electrónico para todos los integrantes de la Dirección de comunicación, con la finalidad de mejorar la comunicación interna, y de tener un medio de comunicación formal como herramienta.

### 3.1.1 Financiamiento

Toda actividad siempre lleva un costo, por lo cual se hace un presupuesto como el que se observará en el siguiente punto. Por lo que es necesario definir quién costeará cada uno de los gastos que se mostrarán.

Para ello se enlistara los detalles de los gastos que se realizaron durante la ejecución del “Proyecto de Comunicación”, que se llevó a cabo en la “Dirección de comunicación” de EMETRA, y como es que se financió.

<b>No.</b>	<b>DETALLE</b>	<b>COSTO TOTAL</b>	<b>FINANCIAMIENTO</b>
1	Recargas, para internet.	Q.120.00	Epesista
2	Mantenimiento de celular para realizar llamadas.	Q.390.00	Epesista
3	Refacciones para las actividades en el depto.	Q.660.00	Epesista
4	Material de apoyo, para la capacitación	Q.225.00	Epesista
5	Diversas impresiones, como material de apoyo.	Q.112.50	Epesista
6	Plaquetas de reconocimientos para el Licenciado y Coach.	Q.150.00	Epesista
7	Transporte para variedad de diligencias.	Q.550.00	Epesista
8	Alimentación.	Q.900.00	Epesista
9	Equipo, laptop.	Q.4,900.00	Epesista
10	Equipo, impresora.	Q.600.00	Epesista
11	Contratación de licenciado para la capacitación.	Q.00.00	Adoloren
12	Contratación de Coach para los talleres	Q.700.00	Epesista
13	Asesoría comunicacional	Q.4,500.00	Epesista
14	Prestación de espacio para realizar actividades de integración como depto.	Q.00.00	Entidad
15	Prestación de salón de eventos para la capacitación	Q.00.00	Entidad

### 3.1.2 Presupuesto

En la ejecución de la práctica del “Proyecto de comunicación” como en todo, es importante contar con cierto presupuesto para poder llevar a cabo ciertas estrategias de comunicación y aplicarlas de la mejor manera.

Así mismo, en el caso de éste proyecto, aunque se procuró el utilizar los recursos y medios de comunicación que el mismo “la Dirección de comunicación” tiene a su disposición, siempre se requiere de cierta inversión monetaria para poder cumplir con los objetivos del EPSL. Por lo que a continuación se muestra un presupuesto aproximado de gastos, que se realizaron:

<b>No.</b>	<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO INDIVIDUAL</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
1	Recargas, para internet.	12	Q.10.00	Q.120.00
2	Mantenimiento de celular para realizar llamadas.	3	Q.130.00	Q.390.00
3	Refacciones para las actividades en el depto.	4	Q.140.00	Q.560.00
4	Material de apoyo, para la capacitación	9	Q.25.00	Q.225.00
5	Diversas impresiones, como material de apoyo.	225	Q.0.50	Q.112.50
6	Plaquetas de reconocimientos para el Licenciado y Coach	2	Q.150.00	Q.300.00
7	Transporte para variedad de diligencias.	***	***	Q.550.00
8	Alimentación.	***	***	Q.900.00
9	Equipo, laptop.	1	Q.4,900.00	Q.4,900.00
10	Equipo, impresora.	1	Q.600.00	Q.600.00
12	Contratación de Coach para los talleres	2	Q.350.00	Q.700.00
13	Asesoría comunicacional	1	Q.4,500.00	Q.4,500.00
<b>**</b>	<b>TOTAL DE INVERSIÓN</b>		<b>Q.13,857.50</b>	

### 3.1.3 Beneficiarios

Las personas que se vieron beneficiadas con la inversión realizada en con éste proyecto de comunicación fueron los integrantes de la Dirección de comunicación. Ya que para ellos se realizó con dedicación y esfuerzo, cada charla, capacitación y talleres, brindándoles de ésta forma una idea más clara de lo que actualmente es “Comunicación” y como poder poner en practicar de forma interna e integra como departamento y al mismo tiempo se les brindó una inducción de cómo realizar comunicación externa como Entidad pública.

### 3.1.4. Recursos Humanos

Hoy en día todo tiene un costo, un valor, sin embargo, en ésta ocasión solo se les solicitaba su asistencia y participación para poder aprender y tener como producto, mejores resultados como Dirección y mejor desenvolvimiento (cada quien en su área) cuando les correspondía.

### 3.1.5 Áreas Geográficas de Acción

Al inicio del proceso del EPSL se ejecutó en las instalaciones del “Anexo, 9na. Avenida 1-09 zona 12”, como referencia se toma, a la par del edificio de los bomberos municipales, pamplona zona 12. Allí se procedió a la creación del material didáctico que se les iba a entregar, creación de presentaciones en power point, solicitud de permisos y autorizaciones para las capacitaciones y talleres programados, entre otro tipo de actividades.

Al ser autorizadas las instalaciones para las capacitaciones y talleres. Se citó al personal de la Dirección de comunicación de EMETRA en los siguientes puntos:

- En varias ocasiones fue utilizada la “Sala grande de reuniones” ubicada en el 4to. Nivel del Palacio Municipal, 21 calle 6-77 zona 1.
- También en una ocasión fue autorizada la “Sala de conferencias menor” ubicada en el 6to. Nivel del Palacio Municipal, 21 calle 6-77 zona 1.

### **3.2 ESTRATEGIAS Y ACCIONES DESARROLLADAS**

Tomando en cuenta lo nuevo de la Dirección, que el personal asignado a la Dirección de comunicación no estaba integrado y con necesidad en el mejor manejo de la comunicación interna, se procedió a ir poco a poco con la integración del mismo.

Primero, se realizó una reunión con todo el personal de la Dirección de comunicación. En el cual hubo una asistencia de 5 personas, el director de la Dirección, una persona que se encarga de la red social Facebook y publicaciones de EMETRA en la página oficial de la Municipalidad de Guatemala, y 3 personas que se encargan de ser los presentadores en los noticieros en canales nacionales.

En dicha reunión se conocieron todos los integrantes de la Dirección, así mismo se pudo tener el tiempo para que cada quien indicara cuál era su función en la Dirección, ya que no existen las instalaciones necesarias para que la Dirección esté en un solo punto.

También se les mostró los resultados que se realizaron en el proceso del diagnóstico, en donde se reflejaba el FODA de la Dirección, y como todos juntos a la hora de trabajar en equipo y con la disposición de aprendizaje, iban a ir mejorando.

Segundo, se contactó a un Licenciado en Ciencias de la Comunicación para que pudiera impartir el tema de “Estrategias de Comunicación”, y así ampliarles el panorama de lo que es comunicación interna y externa. Dicha capacitación fue muy productiva y educativa, en la que todos logramos retroalimentar el conocimiento que en algún momento habíamos adquirido. A dicha capacitación se presentaron 8 personas, ya que la Dirección está en un proceso de integración de nuevo personal, entonces asistieron 3 personas más que a la primera, lo cual generó un ambiente agradable y a la vez, dio pauta a la integración de los mismos la Dirección.

Tercero, tomando en cuenta la necesidad de los medios de comunicación, se solicitó por medio del director de la Dirección “Amílcar Montejo” que se solicitara la creación de correo electrónico para cada uno de los integrantes del departamento. Dicho proceso fue bastante complejo y tardado ya que fue aprobado la última semana de julio.

También se creó un grupo de WhatsApp, en donde se informaba fechas de reuniones e información realmente productiva al departamento.

Cuarto, se gestionó que un Coach, pudiera impartir 2 talleres, uno de “Como hablar en público” y otro de “Contracultura” los cuales ayudó a generar un mejor ambiente de trabajo y a mejorar la labor que hacen día a día los integrantes del departamento.

Quinto, viendo la necesidad que existe en dicha Dirección, quedó como plan piloto ya que por falta de tiempo no se pudo lograr, la creación de un “Manual de Funciones” en las que se les establecería una función a cada integrante de una forma más seria y profesional.

### 3.3 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES												
Actividades	MAYO			JUNIO				JULIO				
	Semanas			semanas				Semanas				
	1	2	3	1	2	3	4	1	2	3	4	5
Reunión con el personal del depto.	X											
“Estudio de la comunicación interna”	X											
Capacitación para el personal del depto.				X								
“Estrategias de Comunicación”				X								
Taller para el personal del depto.										X		
“Cómo hablar en público”										X		
Taller para el personal del depto.										X		
“Contracultura”										X		

### 3.4 CONTROL Y SEGUIMIENTO

Como todo plan de trabajo, el plan de comunicación llevó un control en donde se enlista las actividades por mes. La programación del mismo se llevó a cabo una semana antes para poder tener metas a corto plazo e ir las cumpliendo poco a poco sin faltantes.

Además, gracias al Cronograma de Gantt, se pudo tener una guía general de todas las actividades a realizar en la comunicación interna con el personal de la Dirección de comunicación.

A continuación se muestra un ejemplo de la “bitácora” que se llevó mensualmente:

<b>Bitácora de Actividades</b>	
<b>Fecha a realizar:</b>	del 14 al 31 de mayo
<b>Encargado:</b>	Rut Ester, Azañon Mogollón

<b>No.</b>	<b>Actividad a realizar</b>	<b>Semana 1</b>	<b>Semana 2</b>	<b>Semana 3</b>
		<b>14 al 18</b>	<b>20 al 25</b>	<b>26 al 31</b>
<b>1</b>	Presentación del proyecto EPSL con la Dirección de comunicación	X		
<b>2</b>	Gestión administrativa de espacio para Capacitación “Estrategias de Comunicación”		X	
<b>3</b>	Programación e impresión de material para siguiente capacitación.			X

**Observaciones:** La sala de reuniones queda siempre pendiente, por actividades administrativas de la Entidad.

- **Actividad número uno:**  
“Presentación del proyecto de EPSL con la Dirección de Comunicación”.

- **Objetivo:** Crear un espacio para que todos los integrantes de la Dirección de Comunicación de EMETRA, se logren conocer personalmente y comprender la función que tiene cada uno de forma individual, así mismo, el poder conocer a quién pedirle apoyo a la hora de presentarse en ciertas necesidades. Luego, es importante darme a conocer cómo E psista, pero más que eso, como un apoyo en el tema de comunicación. Y mi trabajo en las próximas semanas.
- **Indicador cuantitativo:** En el proceso del “Diagnóstico” se indicó que el número de integrantes era de 5 personas. Las cuales se lograron confirmar a la hora en que se presentaron a la primera reunión, 3 mujeres y 2 hombres.
- **Indicador cualitativo:** A la hora de la reunión, todos los integrantes tuvieron un tiempo para exponer sus comentarios, puntos de vista respecto a la Dirección y sugerencias de temas de comunicación en los que ellos consideran necesarios en reforzar. Por lo que se logró confirmar los temas ya previstos en el proceso del análisis del diagnóstico.
- **Actividad número dos:**  
“Gestión administrativa de espacio para capacitación Estrategias de Comunicación”.
- **Objetivo:** Gestionar la autorización para que puedan prestar una “sala de reuniones” y tener una Capacitación formal con las instalaciones que el caso merece.
- **Indicador cuantitativo:** Los permisos en su mayoría se solicitan con 8 días de anticipación.
- **Indicador cualitativo:** Las solicitudes primero son expuestas al director de la “Dirección de Comunicación” para que él analice si es posible. El tiempo establecido es para analizar la prioridad de las solicitudes, y para mantener un orden administrativo, dando tiempo a brindar una respuesta positiva/negativa a la solicitud, así mismo gestionar la autorización para la participación del personal de la Dirección.

- **Actividad número tres:**  
“Programación e impresión de material para siguiente capacitación”
- Objetivo: Tener todo el material preparado para la Capacitación, para que no existan imprevistos a última hora.
- Indicador cuantitativo: Contar con cantidad de dinero suficiente para invertir según para las 11 personas que asistirán ese día.
- Indicador cualitativo: Tener contemplado el material necesario para cada participante, refacción a dar al finalizar la capacitación y contar con el equipo técnico necesario que necesita el capacitador.

## CONCLUSIONES

Tal como ésta investigación lo ha demostrado, la “Dirección de Comunicación” es recientemente creado, por lo que hay muchas áreas las cuales fortalecer, como poder contar con un presupuesto para realizar las compras e inversiones necesarias en equipo, instalaciones y capacitar al personal en temas de comunicación actuales.

Pese a lo antes mencionado, se puede indicar que se logró crear una comunicación integra dentro del personal de la “Dirección de Comunicación”, creando un ambiente laboral apto como Dirección, aplicando el mensaje deseado “juntos somos comunicación”.

Por otro lado, las capacitaciones y talleres expuestos a los integrantes de la Dirección, poco a poco fueron dando resultados positivos. Ya que a la hora de presentarse a trabajar y aplicar lo aprendido fue más fácil distinguir las áreas en las que había que mejorar tanto en el trabajo individual como el grupal, obteniendo mejores resultados como Dirección.

Finalmente, se logró agilizar el trámite de la creación de un medio de comunicación interna (el cual en algún momento puede ser usando de forma externa), que fue el correo electrónico. Medio por el cual es un apoyo para el mejor manejo de información y crear comunicación efectiva y más rápida a la hora de las emergencias.

## RECOMENDACIONES

Teniendo claro el panorama de cómo se encontraba la “Dirección de Comunicación” respecto a su personal, y como fue cambiando positivamente para tener un mejor ambiente de trabajo y brindar mejores resultados a la hora de realizar proyectos individuales y grupales, se hacen unas recomendaciones:

Siendo las personas el recurso más importante de toda empresa, entidad o institución. Mantener una programación de capacitaciones y talleres constantes respecto a temas actuales de Comunicación, ya que éste tema es tan extenso y complejo; día con día la tecnología avanza, los medios de comunicación evolucionan y las técnicas de difusión de información y comunicación cambian para ser más prácticos, rápidos y eficientes.

Siendo una Dirección nueva, es necesario la creación de un “Manual de Funciones”, en el cual se establece de una manera formal la función específica de cada integrante dentro de la Dirección, como quién es el Jefe de la Dirección, community manager, presentador en radio y T.V., y otros puestos.

Por otro lado, un área la cual es importante invertir tiempo, recursos económicos, recurso humano es el “Área Gráfica”, tanto para tener una imagen formal interna dentro del misma Dirección, como una línea gráfica a la hora de mostrarse ante las redes sociales, memorandos, circulares, entre otro tipo de difusión de información.

## **GLOSARIO DE TÉRMINOS**

- EMETRA: Entidad Metropolitana Reguladora de Transporte y Tránsito del Municipio de Guatemala y sus Áreas de Influencia Urbana
- EPS: Estudio Profesional Supervisado.
- EPSL: Estudio Profesional Supervisado de Licenciatura.
- PMT: Policía Municipal de Tránsito.

## BIBLIOGRAFÍA Y E GRAFÍA

Municipalidad de Guatemala, (2017). “*Plan Operativo Anual (POA) EMETRA Ejercicio Fiscal 2018*”. Recuperado de: <http://www.udicat.muniguate.com/articulo10.php>

Concejo Municipal de la Ciudad de Guatemala, (1996). “*Acuerdo Concejo Municipal, Crear la Empresa Metropolitana Reguladora de Transporte –EMETRA- y suspensión de la Dirección de Transportes Públicos Urbanos*”. Recuperado de: <http://www.udicat.muniguate.com/articulo10.php>

El Concejo Municipal de la Ciudad de Guatemala, (2001). “*Acuerdo. No. COM-008*”. Recuperado de: <http://www.udicat.muniguate.com/articulo10.php>

Piloña, G. (2012). *Guía Práctica sobre Métodos y técnicas de Investigación Documental y de Campo*. Guatemala, Guatemala: Centro de Impresiones Gráficas –CIMGRA-

Amann R. (2007, abril). Medios de difusión, Escuela y Derechos Humanos en México. *Revista Ética Net*. Recuperado de: [http://www.urgr.es/~sevimeco/revistaeticanet/numero6/Ensayos/Medios\\_de\\_difusion.pdf](http://www.urgr.es/~sevimeco/revistaeticanet/numero6/Ensayos/Medios_de_difusion.pdf)

## ANEXOS

### Transcripción completa de entrevista

#### Entrevista a Amílcar Montejo

Director de la Dirección de Comunicación

EMETRA

Buen día, gracias por la entrevista e interesarse en ésta Entidad. Actualmente en el esquema de comunicación, sólo aparezco yo (Amílcar Montejo). Ya que en el mes de enero 2019 fue que dieron la instrucción de crear una Dirección o una dirección de comunicación. Nosotros no tenemos absolutamente nada de nada, estamos iniciando de cero, y llevamos pocos días, en los que estoy viendo cómo es que me asignan personal para poder manos a obra. Pero hay que tener paciencia. Normalmente a mí solo me decían: "...usted va a hablar del tráfico, le toca dar declaraciones, mire Amílcar hay un problema así que usted salga e informe a la población".

En la PMT no contábamos con algún la Dirección con: vocería, alguien que se encargue de crear información digital y poder postear en las redes sociales, alguna persona que su función sea directamente con los medios de comunicación de radio, presta o televisión. Por lo que, a éste momento no puedo brindar un diagnóstico exacto de cómo está la "Dirección de comunicación" ya que no se tiene mayor cosa, más que toda la buena voluntad, actitud y estamos tratando de dar lo mejor de todos para poder estructurar un departamento el cual sea un pilar en la EMETRA y en la Municipalidad de Guatemala.

El día viernes 8 de enero, me asignaron algunas personas las cuales tendrán las siguientes funciones: 2 personas están a cargo de hacer las presentaciones en los medios televisivos las cuales ya pueden comenzar a ejercer su puesto, y una mujer presentadora, la cual pendiente de que regrese a labores y una personas que se encarga de la página de Facebook. Otro factor el cual es preocupante por el momento, es que la dirección de comunicación como fue creada en enero del 2019, no estaba incluida en el presupuesto 2019, el cual fue autorizado en el año 2018. Por lo que trae como consecuencia, no contar con presupuesto ni fondos para realizar

proyectos, contrataciones, adquisición de equipo como cámaras, micrófonos, grabadoras, computadoras entre otras necesidades. Por el momento también se cuenta con una persona la cual se está encargando de llevar la cuenta de Facebook, ya que en estos tiempos todos sabemos que el medio de comunicación más inmediato son las “redes sociales”, y es por ello que mi persona siempre está pendiente de las publicaciones en redes sociales para poder re tuitear o re postear alguna noticia que sea verídica y que con esa noticia muchas más personas puedan tomar sus precauciones. La verdad es increíble ver y comprobar el auge que tienen las redes y las masas que se pueden mover con ellas, por lo que sí me gustaría mucho que me pudieran apoyar en ésta rama (redes sociales), para mejorar el servicio que se le brinda a los ciudadanos de Guatemala.

Por otro lado, nos preocupa el tema de la falta de educación vial que tienen los conductores de carros, motos, camiones, incluso los peatones. Ya que actualmente a diario hay problemas vehiculares porque las motos se atravesaron de la nada, porque algún conductor no respetó las señales de tránsito, porque los motociclistas no van en su carril, así mismo los peatones han ocasionado gran cantidad de accidentes por no utilizar las pasarelas, las cuales existen un aproximado de 125 pasarelas en buen estado. Por lo que la Dirección de Comunicación necesita que se le pueda apoyar con alguna estrategia de comunicación para la fomentación del buen uso de las pasarelas, el respeto a las señalizaciones de tránsito, a la aplicación del reglamento del tránsito, incluso el uso de los cascos de los motociclistas. El tema del uso del casco en los conductores de motos, le pongo énfasis ya que es de suma importancia, no solo para el conductor y copiloto de la motocicleta, sino de la vida y bienestar de terceras personas, y como consecuencia afecta el tráfico en cierta zona. Y no digamos el que vayan más de 2 personas sobre una motocicleta, el riesgo que corren es tan grande que ha llevado a la muerte a muchos seres humanos. Todo esto y muchos problemas más en las calles se quisieran poder disminuir.

Otro tema importante a mencionar, es el tema de “parquearse en áreas roja” o el “prohibido estacionar”. Muchos de los ciudadanos irónicamente no conocen el significado y las consecuencias de parquear algún vehículo (grande o pequeño) en alguna línea roja, que son las multas o bien los famosos cepos. Las sanciones que se ponen es porque el conductor ha infringido alguna ley de tránsito o después de ser notificado sigue recurriendo en la falta.

Muchos ciudadanos piensan que es por molestar o tener mala intención de parte del agente de la PMT el poner una sanción, sin embargo, es parte de mantener el orden vial y que la fluidez sea más rápida, ya que si todas las personas se parquea donde quisieran, la ciudad sería un caos de parqueo público, y no se pudiera tener el orden ni las calles libres para poder circular. Por lo que también me gustaría que me pudieran ayudar a educar e instruir a la población guatemalteca y visitantes que las señalizaciones de tránsito tienen un porqué, que es para el beneficio de todos, y de ser infringidas, existen sanciones monetarias con ciertos valores.

Fotografías y screenshot del material de apoyo, que se le brindó a cada uno de los integrantes de la “Dirección de Comunicación”, para que les sirviera como herramienta en sus Capacitaciones y Talleres, también a los invitados que fueron a impartir su conocimiento con capacitación y talleres.

- Etiqueta personalizada, para la identificación de “Carpeta” para la recopilación de material físico brindado en las capacitaciones y talleres, impartidos por el EPS.



*Fuente: E pesista Rut E. Azañon, Screenshot del arte.*



*Fuente: E pesista Rut E. Azañon, Fotografía de cómo quedó cada carpeta..*

- Etiqueta personalizada, para la identificación de “Botellas de agua pura” para las actividades programadas.



*Fuente: E pesista Rut E. Azañon, Screenshot del arte.*

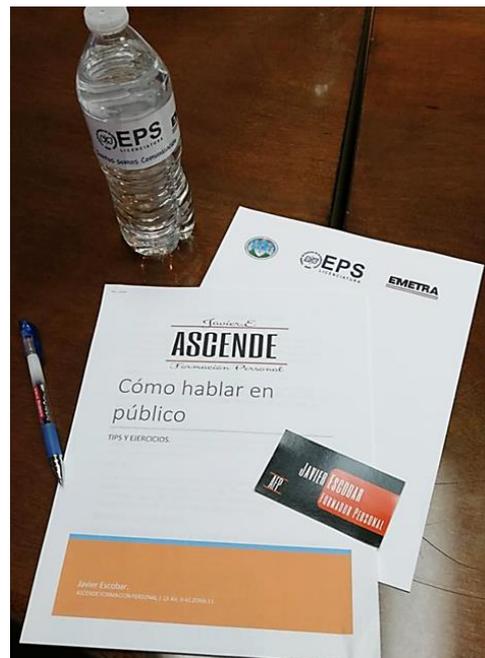
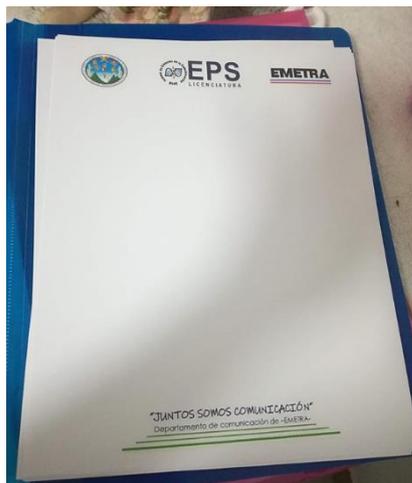


*Fuente: E pesista Rut E. Azañon, Fotografía de cómo quedó cada botella de agua pura.*

- Arte de “Hoja membretada”, para la realización de cualquier actividad programada, como parte del proyecto de EPS.



*Fuente: E pesista Rut E. Azañon, Screenshot del arte.*

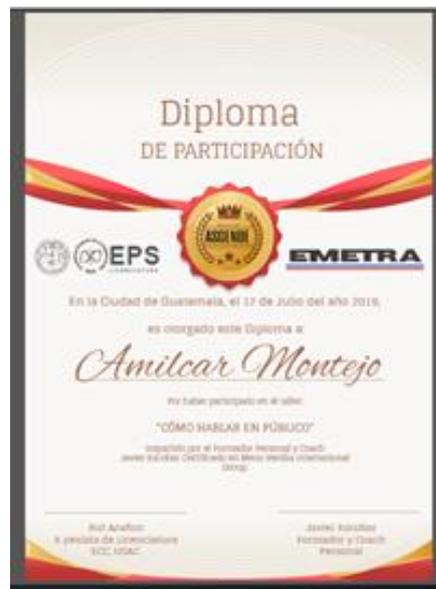


*Fuente: E pesista Rut E. Azañon, Fotografía de cómo quedaron las “Hojas membretadas”, y ejemplificar el uso que se le dio.*

- Arte de “Diplomas” de participación que se extendieron por cada tema de Capacitación y Talleres, a todos los integrantes de la “Dirección de Comunicación” y al expositor del tema, en agradecimiento y respaldo del trabajo brindado en la Entidad.



*Fuente: E pesista Rut E. Azañon, Screenshot del arte “Capacitación en Estrategias de Comunicación”.*



*Fuente: E pesista Rut E. Azañon, Screenshot del arte, de Talleres “Cómo hablar en público” y “Contracultura”.*

- Fotografías de “Diplomas” de participación ya con el sello de agua de la “Municipalidad de Guatemala” y las respectivas firmas correspondientes. Estos se extendieron por cada tema de Capacitación y Talleres, a todos los integrantes de la “Dirección de Comunicación” y al expositor del tema, en agradecimiento y respaldo del trabajo brindado en la Entidad.



*Fuente: E pesista Rut E. Azañon, Fotografías de los Diplomas, de “Capacitación de Estrategias de Comunicación”.*



*Fuente: E pesista Rut E. Azañon, Fotografías de los Diplomas, de Talleres “Cómo hablar en público” y “Contracultura”.*

- Arte de “Encuestas” que se pasaron después de cada Capacitación y Taller, para tener un panorama claro sobre el aprendizaje (poco o mucho) que haya brindado el expositor.



**EPS LICENCIATURA** **EMETRA**

**CAPACITACIÓN "ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN"**  
Viernes, 31 de mayo del 2019

A continuación se le presenta una serie de preguntas con el fin de calificar al expositor y mejorar los procesos de capacitación. Marque con una "X" la ponderación según su criterio.

EXPOSITOR	Malo	Regular	Bueno	Excelente
1 Manejo del tema				
2 Uso del material visual didáctico				
3 Optimización del tiempo				
4 Promueve la participación de los asistentes				

TALLER	Malo	Regular	Bueno	Excelente
1 Organización				
2 Puntualidad				
3 Entorno amigable y de trabajo en equipo				
4 De los temas ¿fueron de beneficio para su formación?				

"JUNTOS SOMOS COMUNICACIÓN"

Fuente: E pesista Rut E. Azañon, Screenshot del arte "Capacitación en Estrategias de Comunicación".



**EPS LICENCIATURA** **EMETRA**

**TALLER "¿CÓMO HABLAR EN PÚBLICO?"**  
Viernes, 12 de julio del 2019

A continuación se le presenta una serie de preguntas con el fin de calificar al expositor y mejorar los procesos de capacitación. Marque con una "X" la ponderación según su criterio.

EXPOSITOR	Malo	Regular	Bueno	Excelente
1 Manejo del tema				
2 Uso del material visual didáctico				
3 Optimización del tiempo				
4 Promueve la participación de los asistentes				

TALLER	Malo	Regular	Bueno	Excelente
1 Organización				
2 Puntualidad				
3 Entorno amigable y de trabajo en equipo				
4 De los temas ¿fueron de beneficio para su formación?				

"JUNTOS SOMOS COMUNICACIÓN"

Fuente: E pesista Rut E. Azañon, Screenshot del arte "Taller ¿Cómo hablar en público?".



### TALLER "CONTRACULTURA"

Viernes, 12 de julio del 2019

A continuación se le presenta una serie de preguntas con el fin de calificar al expositor y mejorar los procesos de capacitación. Marque con una "X" la ponderación según su criterio.

EXPOSITOR	Malo	Regular	Bueno	Excelente
1 Manejo del tema				
2 Uso del material visual didáctico				
3 Optimización del tiempo				
4 Promueve la participación de los asistentes				

TALLER	Malo	Regular	Bueno	Excelente
1 Organización				
2 Puntualidad				
3 Entorno amigable y de trabajo en equipo				
4 De los temas ¿fueron de beneficio para su formación?				

"JUNTOS SOMOS COMUNICACIÓN"

Fuente: E pesista Rut E. Azañon, Screenshot del arte "Taller Contracultura".

- Arte de “Control de asistencia y participación” que se les solicitó a todas las personas que llegaron, para tener un control y respaldo de su presencia en la actividad.



*Fuente: E pesista Rut E. Azañon, Screenshot del arte de “Control de asistencia y participación” a: “Bienvenida al proyecto de EPSL”.*



*Fuente: E pesista Rut E. Azañon, Screenshot del arte de “Control de asistencia y participación” a: “Capacitación en Estrategias de Comunicación”.*



Fuente: E pesista Rut E. Azañon, Screenshot del arte de "Control de asistencia y participación" al: "Taller de ¿Cómo hablar en público?".



Fuente: E pesista Rut E. Azañon, Screenshot del arte de "Control de asistencia y participación" al: "Taller de Contracultura".

- Fotografías de “Plaquetas de Reconocimiento” de participación y agradecimiento al Capacitador y Formador personal y Coach. .



*Fuente: E pesista Rut E. Azañon, Fotografía del reconocimiento entregado al: “Licenciado Carlos Melgar”, por su capacitación en “Estrategias de Comunicación”.*



*Fuente: E pesista Rut E. Azañon, Fotografía del reconocimiento entregado a: “Formador Personal y Coach Javier Escobar”, por sus talleres en “¿Cómo hablar en público y en Contracultura”.*

**Fotografías de publicaciones en Redes sociales de Amílcar Montejo, luego de recibir los talleres de: “Cómo hablar en público” y “Contracultura”. Impartidos por el Formador Personal y Coach Javier Escobar.**



*Fuente: Amílcar Montejo, Pantallazo del perfil de Twitter.*



*Fuente: Amílcar Montejo, Pantallazo del perfil de Instagram*



*Fuente: Asecede.je, Pantallazo del perfil de Instagram*

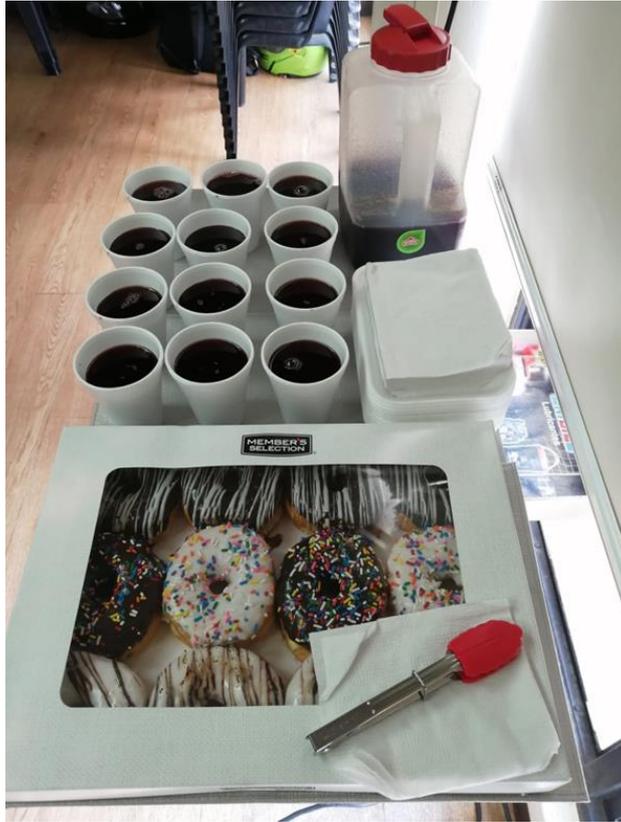
Fotografías que muestran diversas actividades realizadas durante las reuniones que se tuvieron en el periodo de EPSL, con los integrantes del “Departamento de Comunicación de EMETRA”.











## Ficha de registro de horas de Práctica Profesional Supervisada (EPSL).



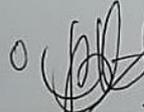
Universidad de San Carlos de Guatemala  
Escuela de Ciencias de la Comunicación  
Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura 2019



### Ficha de Registro de horas de Práctica Profesional Supervisada

Nombre del Alumno (a): Rut Ester Azañon Mogollón  
No. Carné y DPI: 201122509 / 2178 95719 0101  
Jefe o Encargado (a): Amilcar Montejo García, Director de Comunicación EMETRA.  
Entidad Metropolitana Reguladora de Transporte y Tránsito del  
Institución o Empresa: Municipio de Guatemala y sus Áreas de Influencia Urbana, -EMETRA-  
Supervisor de EPSL: Licenciado Josué Andrade

Sem. No.	Fechas	MES	HORAS PRACTICADAS						Total horas en la Semana
			Lun.	Mar.	Mier.	Jue.	Vie.	Sáb.	
1	Del: 14 / Al: 19	Mayo		10	10	10	10	5	45 hrs.
2	Del: 20 / Al: 25	Mayo	10	10	10	10	10	5	55 hrs.
3	Del: 27 / Al: 31	Mayo	10	10	10	10	10	5	55 hrs.
4	Del: 03 / Al: 08	Junio	10	10	10	10	10	5	55 hrs.
5	Del: 10 / Al: 15	Junio	03	03	03	03	03		15 hrs.
6	Del: 18 / Al: 22	Junio		03	03	03	03	5	17 hrs.
7	Del: 24 / Al: 29	Junio	03	03	03	03	03	5	20 hrs.
8	Del: 01 / Al: 06	Julio	03	03	03	03	03	5	20 hrs.
9	Del: 08 / Al: 13	Julio	03	03	03	03	03	5	20 hrs.
<b>TOTAL DE HORAS DE PRÁCTICA REGISTRADAS</b>									<b>302 hrs.</b>

(f)    
Amilcar Montejo García  
Director de Comunicación EMETRA

(f)    
Licenciado Josué Andrade  
Supervisor EPSL