

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



**ANÁLISIS DE LA COMUNICACIÓN INTERNA EN LA MUNICIPALIDAD DE  
PALENCIA**

Informe Final del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura

Presentado al Honorable Consejo Directivo por:

**CARMEN AMELIA MIJANGOS CABRERA**

**200417171**

**Previo a optar al título de:**

**LICENCIADA 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 Trujillo

### **Representantes Estudiantiles**

Gabriela Eugenia Menegazzo

Heber Libni Emanuel Escobar Juárez

### **Representantes de Egresados**

M.A. Jhonny Michael Gonzales Batres

### **Secretaria:**

M.Sc. Claudia Xiomara Molina Avalos

### **Coordinador de EPS licenciatura:**

M.A. Luis Arturo Pedrosa Gaytán

### **Supervisores de EPS Licenciatura**

M.A. Evelin lisseth Hernández Mazariegos

Lic. Josué Othoniel Andrade de la Cruz

Licda. Krista María Ramírez Nájera



# Municipalidad de Palencia

Guatemala, 13 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 la estudiante epesista "Carmen Amella Mijangos Cabrera" con número de carné: "200417171" de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, de la Universidad de San Carlos de Guatemala; como requisito y previo a obtener el título de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, realizó el Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura en esta institución específicamente en "Comunicación Social" cumpliendo con 300 horas efectivas de práctica comprendidas del 13 de mayo al 9 de agosto del año en curso; tiempo durante el cual ejecuto el proyecto comunicacional: "Comunicación Interna de la Municipalidad de Palencia" entregando el material respectivo y debidamente recibido por: "la Municipalidad de Palencia."

En tal virtud manifestamos entera satisfacción respecto al trabajo 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

EDDY ORLANDO VASQUEZ

COORDINADOR DE COMUNICACIÓN SOCIAL



**Cantón Pueblo Nuevo 0-93 Palencia, Guatemala**  
**[www.municipalidad.gob.gt](http://www.municipalidad.gob.gt) / 6644-6800**



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



Guatemala, 15 de octubre de 2019

Estudiante  
Carmen Amelia Mijangos Cabrera  
Carné: 200417171  
Escuela de Ciencias de la Comunicación, USAC

De mi consideración:

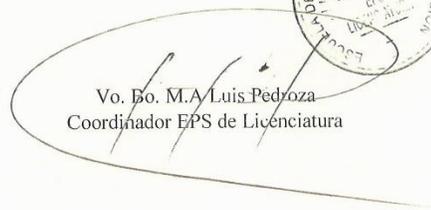
Por este medio informo a usted, que he revisado el informe final de su proyecto de EPS de Licenciatura con título "Comunicación interna de la municipalidad de Palencia". El citado trabajo llena los requisitos del rigor del presente programa, por lo cual se emite **DICTAMEN FAVORABLE** para los efectos 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"

  
M.A. Evelin Hernández  
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**

- A DIOS:** Por brindarme el don de vida, ser mi fortaleza y fuente de sabiduría en los momentos inciertos.
- A MI MADRE:** Margarita Cabrera; por ser la guía, ejemplo y fuente de inspiración en mi vida; gracias sus sacrificios para mi formación académica y por creer en mí.
- A MI PADRE:** Daniel Mijangos; por ser el ejemplo de trabajo, esfuerzo y disciplina; gracias por su apoyo en los momentos más difíciles de mi vida y enseñarme a ser una persona íntegra.
- A MIS HIJOS:** Daniel García y Camila García por ser mi fortaleza, mi alegría y los seres que me motivan a ser mejor; espectadores y acompañantes de todos los sacrificios para lograr esta meta.
- A MIS HERMANOS:** Por su apoyo, enseñanzas, y acompañamiento: todos son y han sido los mejores maestros que la vida me regaló.
- A MI FAMILIA:** Tíos y primos por compartir su sabiduría, orientarme y apoyarme a lograr mis objetivos.
- A MIS AMIGOS:** Por apoyarme y facilitarme las herramientas para los procesos de este trabajo; compañeros de oficina que me han brindado su amistad y motivación en los momentos difíciles.
- A MI COMPAÑERA:** Lic. Carmen Macario; porque sin ningún interés estuvo brindándome su apoyo incondicional guiándome durante todo el proceso de investigación y motivándome a seguir adelante con este proyecto.
- A MIS MAESTROS DE VIDA:** Por darme las lecciones y pruebas más difíciles, por hacer de mí un ser más espiritual y consciente de la vida, por enseñarme a que cada segundo en este mundo es un regalo que debe ser usado para hacer el bien.

## AGRADECIMIENTOS

**A mi patria Guatemala:** por ser la cuna que me ha albergado, fuente de alimento cultural e inspiración para servir.

**A la Universidad de San Carlos de Guatemala:** por abrirme las puertas en el proceso de mi formación académica.

**A la Escuela de Ciencias de la Comunicación:** Por el esfuerzo de los docentes por transmitir y compartir sus conocimientos haciendo de mí una comunicadora.

**Al grupo que conforma la Oficina de Ejercicio Profesional Supervisado:** por el entusiasmo y esfuerzo con que nos acompañaron en este proceso.

**En especial a mi asesora:** M.A. Evelin Hernández, quien fue mi guía en este camino para alcanzar mi meta, gracias por su paciencia, colaboración y compromiso profesional.

**A Municipalidad de Palencia:** por abrirme las puertas para realizar el Ejercicio Profesional Supervisado EPS, en especial al Lic. Ramiro Tercero por el apoyo y colaboración en cada etapa desarrollada en la municipalidad.

## INDICE

RESUMEN .....	I
INTRODUCCION .....	III
JUSTIFICACIÓN .....	IV
CAPITULO I.....	1
DIAGNÓSTICO.....	1
1.1 OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO .....	1
1.2 Objetivo general:.....	1
1.3 Objetivos Específicos: .....	1
1.2 La Institución: .....	1
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 .....	4
1.2.8. Público Objetivo:.....	4
1.2.9. Organigrama .....	5
1.3.METODOLOGÍA .....	5
1.3.1 Descripción del Método.....	5
1.3.2 Técnicas e instrumentos de Recolección .....	6
1.3.3. Cronograma del Diagnostico .....	9
1.3.4. RECOPIACIÓN DE DATOS .....	9
1.4 Resultado de las encuestas: .....	9
1.4.1 Interpretaciones del Resultado de las entrevistas: .....	19
1.4.2 Tablas comparativas, puntos de encuentros y disensos entre entrevistados .....	21
1.5. RADIOGRAFÍA DE LA INSTITUCIÓN .....	33
1.5.1 Fortalezas.....	33
1.5.2 Oportunidades .....	34
1.5.3. Debilidades .....	34
1.5.4 Amenazas.....	34
CAPITULO II .....	35

<b>2. PLAN DE COMUNICACIÓN.....</b>	<b>35</b>
<b>2.1. ANTECEDENTES COMUNICACIONALES .....</b>	<b>35</b>
<b>2.2. OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN .....</b>	<b>35</b>
<b>2.2.1. Objetivo General .....</b>	<b>35</b>
<b>2.2.2 Objetivos Específicos: .....</b>	<b>35</b>
<b>2.3 PUBLICO OBJETIVO: .....</b>	<b>35</b>
<b>2.4 MENSAJE .....</b>	<b>36</b>
<b>2.5 ESTRATEGIA .....</b>	<b>36</b>
<b>2.4 ACCIONES DE COMUNICACIÓN .....</b>	<b>37</b>
<b>CAPÍTULO III.....</b>	<b>40</b>
<b>3. INFORME DE EJECUCIÓN .....</b>	<b>40</b>
<b>3.1. PROYECTO DESARROLLADO .....</b>	<b>40</b>
<b>3.1.1. Financiamiento .....</b>	<b>40</b>
<b>3.1.2 Presupuesto.....</b>	<b>40</b>
<b>3.1.3 Beneficiarios .....</b>	<b>41</b>
<b>3.1.4 Recursos humanos: .....</b>	<b>41</b>
<b>3.1.4 Área Geográfica de acción .....</b>	<b>41</b>
<b>3.2. ESTRATEGIAS Y ACCIONES DESARROLLADAS .....</b>	<b>42</b>
<b>3.3. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES .....</b>	<b>49</b>
<b>3.4 CONTROL Y SEGUIMIENTO .....</b>	<b>49</b>
<b>CONCLUSIONES.....</b>	<b>51</b>
<b>RECOMENDACIONES .....</b>	<b>52</b>
<b>GLOSARIO DE TERMINOS .....</b>	<b>53</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA .....</b>	<b>55</b>
<b>E- GRAFÍA .....</b>	<b>57</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>58</b>

## **RESUMEN**

### **Nombre de la Institución**

“Municipalidad de Palencia”

### **Nombre del Proyecto**

“Análisis de la comunicación interna para la Municipalidad de Palencia”

### **Objetivos del Proyecto**

Presentar un plan para mejorar la comunicación interna entre los colaboradores de la Municipalidad de Palencia.

### **Objetivos específicos**

- a) Reforzar la imagen corporativa entre los empleados de la municipalidad de Palencia.
- b) Motivar los equipos de trabajo para el logro de objetivos y metas.
- c) Reforzar los medios que utiliza la institución para comunicarse con sus empleados

### **Sinopsis**

Para plantear un plan y mejorar la comunicación interna dentro de la Municipalidad de Palencia se inició con un diagnóstico que determinó las principales fortalezas y debilidades, a las cuales se enfrenta la institución en las que principalmente resaltan la ausencia de reuniones entre los grupos de trabajo, la falta de comunicación asertiva entre los jefes y colaboradores y la implementación de capacitaciones motivacionales que incluyan a todo el personal.

Para la implementación del plan de comunicación se inició con un taller motivacional en el cual se fomentó el trabajo en equipo, la participación y la comunicación asertiva, dentro de las acciones para mejorar la identidad corporativa se realizó la ambientación del edificio municipal, con stickers y mensajes de identidad corporativa.

Incentivando la participación y generación de nuevas ideas, se colocó un buzón de sugerencias con el slogan “Tu idea nos enciende el foco”, entre otras acciones se implementó el uso de la cartelera informativa dirigida a los empleados con la cual se brindará información y motivación a los colaboradores.

La comunicación en dicha institución es objeto de mejoras en cuanto los departamentos mantengan actividades que les permitan conocer las necesidades y fortalezas de sus colaboradores, con ello motivar a la realización de nuevos proyectos y reconocer el desempeño del trabajo realizado.

## INTRODUCCION

La Municipalidad de Palencia trabaja con vocación de servicio en donde se puedan atender las necesidades de la población, así lo describe en su misión, para ello cuenta con un aproximado de 300 empleados que se distribuyen en grupos de trabajo de oficina y grupos de trabajo de campo. Los empleados que trabajan dentro del edificio municipal corresponden a los distintos departamentos y oficinas en donde se brindan diferentes servicios con los que la institución brinda orientación, seguimiento y solución a las diferentes necesidades que demanda la población de vecinos del municipio de Palencia.

Se trabajó un diagnóstico de comunicación interna en la Municipalidad de Palencia con los empleados que representan las distintas dependencias de la institución pertenecientes a trabajadores de oficina, tomando como punto de partida la observación; primer paso del método científico, de donde se utilizó la entrevista como instrumento de recolección de datos. La institución no tiene registrado ningún diagnóstico de comunicación interna por lo que este es el primero que se realiza, con el cual se pretende; encontrar los puntos que se deben fortalecer en cuanto a comunicación interna y clima organizacional.

La municipalidad de Palencia cuenta con una oficina de Comunicación Social que transmite el que hacer municipal, a través de distintos medios de comunicación; siendo el Facebook el medio más directo y evidenciado por los empleados, actualmente es necesario tomar a la población de empleados como un público objetivo para la transmisión de mensajes, pues los empleados entrevistados conocen las publicaciones en redes sociales, pero no comentan no comparten y una escasa cantidad les da un like, pese a que lo publicado obedece al objetivo de la oficina de Comunicación Social el cual es; divulgar por los distintos medios el trabajo que realiza la municipalidad.

El presente proyecto de análisis de comunicación interna realizado en la Municipalidad de Palencia ha permitido el conocimiento de algunas de las fortalezas y deficiencias en la comunicación a las que se enfrenta dicha institución.

## JUSTIFICACIÓN

Siendo la comunicación el eje indispensable que permite la sana convivencia dentro de una organización se elige como tema; Análisis de la comunicación interna dentro de la Municipalidad de Palencia, dando paso a una evaluación que permite detectar las falencias en el proceso de comunicación interna, la aceptación en los mensajes y la reproducción de información que realizan los empleados como portadores y emisores de los mensajes que se difunden dentro de la institución.

Como instrumento de recolección de datos se utilizará la entrevista y la encuesta con las cuales se definirá la realidad comunicacional de dicha institución, punto de partida en el descubrimiento de la eficacia de comunicación interna de la municipalidad de Palencia. Surge la inquietud de indagar con los miembros de la institución acerca de la información y el conocimiento que portan y transmiten del trabajo que se ejecuta desde la municipalidad como; actividades, proyectos, programas y obras que realiza la institución dentro del municipio de Palencia como responsable de mejorar, crear, asistir y dirigir acciones que beneficien a los vecinos que radican en este municipio.

El diagnóstico de Comunicación interna nos enfrenta a la realidad de la institución en cuanto factores que determinan la eficacia o las barreras presentes en el proceso de comunicación. Tomando en cuenta que la comunicación tiene inmersa la tarea de transmitir emociones sensaciones y valores constantemente a los empleados; es aquí donde se plasma la personalidad de la institución.

Al conocer la situación nos permite la elaboración de un plan de acción que puede transformar y mejorar la realidad, la información colectiva que manejan los empleados permite la municipalidad de Palencia determinar el nivel de conocimiento y motivación con que cada miembro de la institución puede contribuir en las mejoras de la identidad corporativa de la institución.

# CAPITULO I

## DIAGNÓSTICO

Análisis de comunicación interna en la Municipalidad de Palencia

### 1.1 OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO

#### 1.2 Objetivo general:

Diagnosticar la eficacia de la comunicación interna, a través de los medios que utiliza la municipalidad

#### 1.3 Objetivos Específicos:

- Descubrir el conocimiento que tiene los empleados sobre el trabajo, proyectos, programas y servicios que realiza la municipalidad de Palencia, dentro del municipio.
- Conocer el Nivel de aceptación y reproducción de los mensajes que transmite la municipalidad de Palencia a sus empleados por medio de canales de comunicación interna.
- Evidenciar la condición actual del proceso de comunicación interna dentro de la municipalidad de Palencia.
- Descubrir falencias que enfrenta la comunicación interna dentro de la municipalidad de Palencia.

#### 1.2 La Institución:

Municipalidad de Palencia.

##### 1.2.1. Ubicación Geográfica

La municipalidad de Palencia se ubica en el municipio de Palencia, en cantón Pueblo Nuevo

14°40'0.09 N

90°21'50.67" O

### **1.2.2 Integración y Alianzas Estratégicas**

Mediante la gestión actual correspondiente al 2016-2020 a cargo del señor Alcalde Guadalupe Alberto Reyes, se han creado alianzas estratégicas con alianzas estratégicas con Cementos Progreso, Feed The Children, Caritas Arquidiocesana, Fundación Tzu Chi y Arrocería San Francisco S.A. con quienes se han logrado proyectos de desarrollo social en beneficio de la población palenciana, tales como la entrega y donación de alimentos, la remodelación de espacios deportivos y educativos y la pavimentación de calles en la comunidad de El Fiscal.

### **1.2.3. Antecedentes**

- Historia de Palencia

“Mathías de Palencia seguramente un hacendado rico que poseía 115 caballerías llamadas Agua Caliente compró el 26 de octubre de 1674 la gran hacienda de 144 caballerías ubicadas en su vecindad y que tenía por nombre San José.

Había dos casas nuevas de teja destinadas para la fabricación de azúcar, dos esclavos (el mulato Pedro y el Negro Miguel), 50 bestias mulares y 25 yeguas con su garrón, 5 caballos mansos, 3 yuntas de bueyes y una campana para la ermita.

Don Machías, hasta ahora no sabemos si vino directamente de la provincia de Palencia, España; pero es de suponer que las influencias de esos viejos tiempos hicieron prevalecer la costumbre de agregar al nombre de las personas el correspondiente lugar de su origen, como apelativo, así Mathías de Palencia.”

(Alvizúris Sandoval, Temas de la Palencianidad pág. 13)

Palencia es un municipio relativamente joven, Fundado así el 27 de agosto de 1836 año que fue publicado por el diario de Centro América como oficialmente inscrito esta fecha es tomada por las autoridades municipales y la población para la celebración de la Palencianidad. Misma fecha que nos indica la primera administración municipal. Sin embargo, en los libros de actas más antiguos que registran actividad municipal datan del año 1,898 esto seguramente porque en la municipalidad llegaban vecinos que aún no sabían leer

y escribir, otra teoría podría ser que no se dio un almacenamiento oportuno y en reiteradas ocasiones mencionan los empleados, que los libros se han deteriorado.

De los antecedentes que marcan la historia podemos contar que han sido tres edificios que la municipalidad a habitado remontándonos a la época del terremoto del 4 de febrero de 1946 se considera que fue la causa del traslado del primer edificio municipal, trasladándose al centro cívico, actualmente la municipalidad de Palencia funciona en un edificio nuevo, con diseño moderno, amplio en donde se realizan todavía adecuaciones para determinadas oficinas y departamentos, la habilitación de este edificio tiene 8 meses de funcionamiento estando pendiente el área para cocina la cual ya está en proceso de planificación.

#### **1.2.4 Departamentos**

Alcaldía Municipal

Secretaría Municipal

Dirección de Administración Financiera Integrada Municipal

Dirección Municipal de Planificación

Juzgado de Asuntos Municipales y de Tránsito

Unidad de Acceso a la Información Pública

Impuesto Único Sobre Inmuebles

Oficina de Comunicación Social

Oficina de Informática

Dirección Municipal de Transporte

Dirección Municipal de la Mujer

Dirección de Gestión Ambiental

Dirección de Atención al Vecino

Forestación y Gestión para la Protección del medio ambiente

Capacitación y Servicio de Policía Municipal y Tránsito, en el Municipio de Palencia

Recreación, Cultura y Deportes en el Municipio de Palencia

Capacitación y Servicio Social Básico para el Municipio de Palencia

Capacitación y Atención a las Necesidades Específicas de las Mujeres del Municipio de Palencia

Prevención y servicios de Salud

Capacitación y Fortalecimiento para el Servicio de Bomberos Municipales, en el Municipio de Palencia

Conservación y Mantenimiento de Calles y Carreteras del Municipio de Palencia

Saneamiento y Servicios Públicos para el Municipio de Palencia

Oficina de Agua Potable.

#### **1.2.5. Misión**

Somos una Administración Municipal que trabaja por la gente y para la gente, sin discriminación de raza o credo religioso, con un equipo de trabajo con experiencia, capaz, honrado, transparente y con vocación de servicio comunitario, para que los recursos sean dirigidos para atender las necesidades de la población de Palencia.

#### **1.2.6. Visión**

Ser una Administración que haga el cambio positivo en Palencia, promoviendo que los servicios de salud lleguen a cada comunidad, reduciendo la desnutrición infantil, que la calidad de vida de los pobladores mejore a través de vías de acceso dignas, con servicios de agua potable, drenajes sanitarios y ornato, así mismo promover la educación en todos los niveles académicos, contribuir con proyectos productivos que permita a nuestros agricultores crecer en su economía e incentivar a la población a reforestar para tener un Municipio verde.

#### **1.2.7. Objetivos Institucionales**

- Disponer de un instrumento administrativo que facilite la toma de decisiones.
- Ejecutar las políticas programadas y proyectos.
- Orientar las acciones a ejecutar en cada una de las unidades administrativas de la Municipalidad.
- Dar seguimiento y evaluación a la inversión y el gasto municipal.
- Facilitar la gestión del gobierno municipal en función de las políticas y valores institucionales.

#### **1.2.8. Público Objetivo:**

Los Vecinos de Palencia

## 1.2.9. Organigrama



Fuente Municipalidad de Palencia RRHH

## 1.3.METODOLOGÍA

### 1.3.1 Descripción del Método

Esta investigación utiliza el método científico “es la persistente aplicación de la lógica para poner a prueba nuestras impresiones, opiniones o conjeturas, examinando las mejores evidencias disponibles a favor y en contra de ella.” (Tamayo y Tamayo, El Proceso de la Investigación Científica, 1989, pág. 26). El método cualitativo se utiliza en las investigaciones que se requiera conocer cualidades y no datos exactos, cuando se inicia la investigación dentro de la municipalidad de Palencia se trabaja en el descubrimiento de la eficacia de los canales de comunicación interna que realiza la institución, tema que no había sido investigado antes.

### **Enfoque cualitativo**

La investigación cualitativa que surge como una necesidad de interpretar los fenómenos sociales (Y también naturales) bajo una visión holística integral en la que no hay duda de que el entorno tiene influencia decisiva en el mismo. (Ortiz, 2016).

La investigación cualitativa interpreta los fenómenos que se dan en la sociedad, para entender las causas de los posibles comportamientos.

como base para la misma realizando un enfoque cualitativo se selecciona cuando el propósito es examinar la forma en que los individuos perciben y experimentan los fenómenos que los rodean, profundizando en sus puntos.

También se tomó muy en cuenta la motivación de los empleados actitud que no puede ser medible cuantitativamente, pero si cualitativamente como se hizo.

Otro tema que se trabaja es el compromiso con la institución el cual también bien a ser una cualidad.

“El enfoque cualitativo es recomendable cuando el tema del estudio ha sido poco explorado o no se ha hecho investigación al respecto en ningún grupo social específico (Marshall, 2011 y Preissle, 2008).”

### **1.3.2 Técnicas e instrumentos de Recolección**

La técnica da la estructura a la investigación, la observación nos permite ligar directamente el método pues es la primera etapa del método científico, siendo el método y la técnica armónicos en el proceso de investigación, “la técnica separada del método, no adquiere un verdadero carácter científico puede alcanzar sin embargo, cierto grado de precisión, y de predictibilidad pero este será siempre relativo porque, no tomando en cuenta las leyes y teorías científicas servirá en tal caso para obtener soluciones parciales y temporales.” (Melgar, Teorías y Etapas para el Desarrollo del Proyecto de Investigación, Pag.37).

Las técnicas de investigación permiten aplicar correctamente el método de investigación seleccionado. “Para referirnos a procedimientos como los de selección de problemas, formulación de hipótesis, planeación de trabajos, recolección de información, preparación de gráficas y redacción de informes.” (Garza Mercado, 1988, pág. 04)

La técnica de recolección de datos debe seguir un orden de pasos, cada paso irá dando los datos que se necesitan para concluir con la investigación.

### **La observación**

Dentro de los términos que se emplean para describir los tipos de observación, el punto más importante es la razón por la que han sido tan útiles para los científicos de otras disciplinas; es decir, su objetivo primario es registrar el comportamiento sin interferir como observador, usted deberá hacer todo lo posible por mantener el margen de la conducta que está observando para no estorbar ni interferirla. (Salkind, 1999, pág. 5)

Dentro del proyecto que se desarrolló en la municipalidad de Palencia a observación ha sido el primer paso, dando interés en el comportamiento de los colaboradores, los mensajes que envían principalmente de la oficina de RRHH y como son aceptados por el resto de empleados. Se observa también los mensajes institucionales por las redes sociales, los medios que utiliza la institución para comunicarse, logrando identificar que la comunicación se maneja principalmente por las redes sociales.

### **La entrevista**

La entrevista está presente con frecuencia en la investigación, se hace necesaria su aplicación en las personas en torno al tema que se investiga nos despliega los pormenores de la situación en mención. “La entrevista puede ser individual o colectiva. Por la forma en que está estructurada puede clasificarse en libre o dirigida.” (Tamayo y Tamayo, El proceso de la investigación científica, fundamentos de investigación, 1991, pág. 92)

Como instrumento de recolección de los datos la entrevista se utiliza en esta investigación, luego de la observación y nos brinda datos que junto a anotaciones que van documentando y dándole cuerpo a la investigación.

Se realizó la entrevista a jefes empelados y directores aleatoriamente, para valorar el contenido y la intención de los mensajes, valorando la información y buscando puntos de

encuentro y diferencias en las opiniones que permitieran determinar la eficacia en la comunicación interna de la municipalidad de Palencia.

Para los empleados del área de oficina en la que se diagnostica la comunicación interna en la municipalidad de Palencia. La muestra fue seleccionada de los trabajadores de oficina que laboran dentro de la Municipalidad de Palencia de los cuales se les entrevisto a diez empleados además de los jefes de departamentos de Recursos Humanos, Cultura y Deporte, el alcalde en funciones el Lic. Ramiro Tercero Aquino.

### **Encuesta**

Para realizar la encuesta primero se realizó la observación para obtener los datos que se requieran investigar.

La elaboración del cuestionario requiere un conocimiento previo del fenómeno que se va a investigar, lo cual es el resultado de la primera etapa del trabajo. Una vez que se ha tenido contacto directo con la realidad que se investiga y se tiene conocimiento de sus aspectos más relevantes, es el momento para precisar el tipo de preguntas que haremos y que nos llevarán a verificación de nuestra hipótesis. (Roberto Hernández Sampieri, 2004, pág. 305). Luego de la observación y la formulación de preguntas se procedió a pasar la encuesta a 10 empleados que laboran en el edificio municipal, la encuesta permitió conocer más detalles del proceso de comunicación interna dentro de la Municipalidad de Palencia.

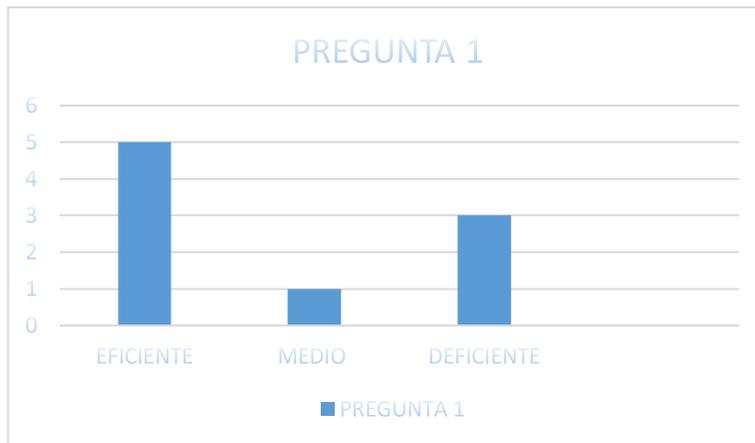
### 1.3.3. Cronograma del Diagnostico

ACTIVIDAD	Enero				Febrero			
	Semana	Semana	Semana	Semana	Sema	Semana	Semana	Semana
	1	2	3	4	1	2	3	4
Observación								
Literatura								
Diseño de entrevistas								
Entrevistas								
Recolección de datos								
Análisis de resultados								
Redacción de informe								

### 1.3.4. RECOPIACIÓN DE DATOS

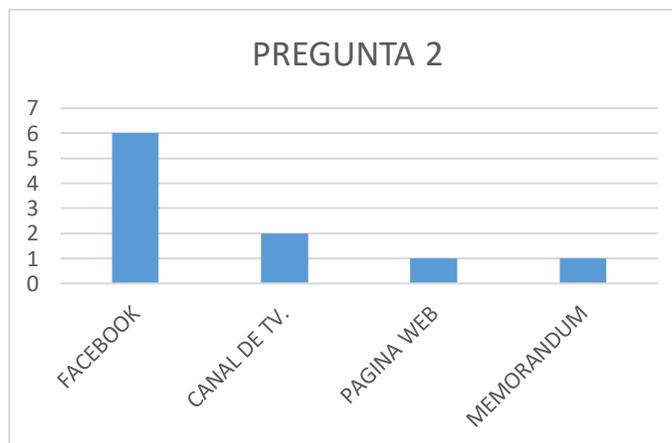
#### 1.4 Resultado de las encuestas:

1. ¿Cómo considera el compromiso de los empleados con la institución?



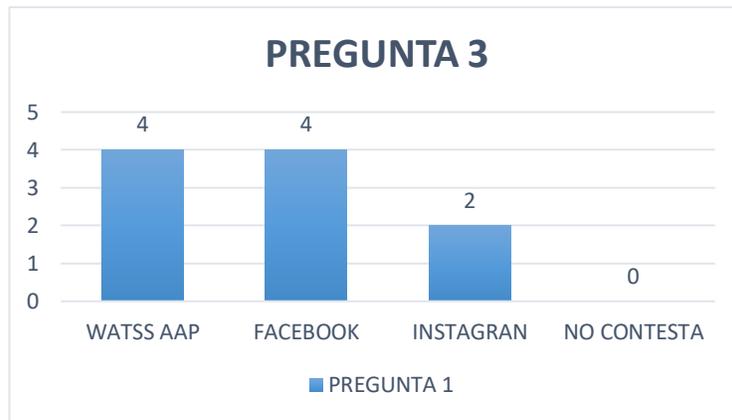
Ha sido valiosa la información emitida por los entrevistado al confirmar su compromiso con la institución en donde la mayoría considera que los demás empleados están comprometidos con la institución.

2. ¿Cuál es la red social que más utiliza?



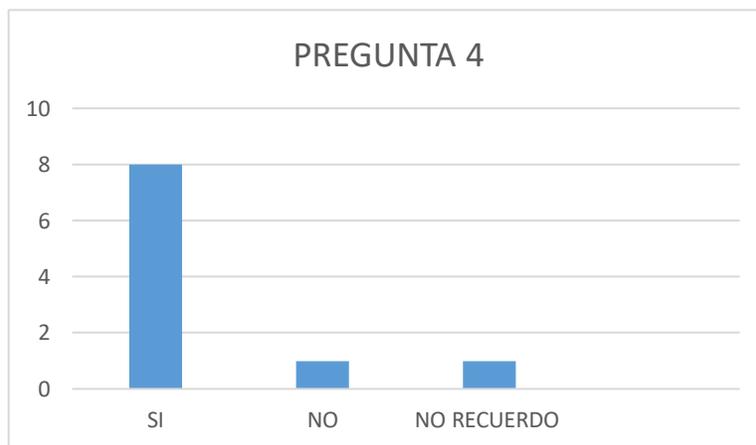
La base de la comunicación interna dentro de la municipalidad ha ido de la mano de la tecnología pues las redes sociales son utilizadas en su diario actuar siendo las principales Facebook y WhatsApp.

3. ¿De los medios que utiliza la Municipalidad de Palencia para transmitir información y publicidad ¿cuáles son los que a usted le parecen más accesibles y eficaces



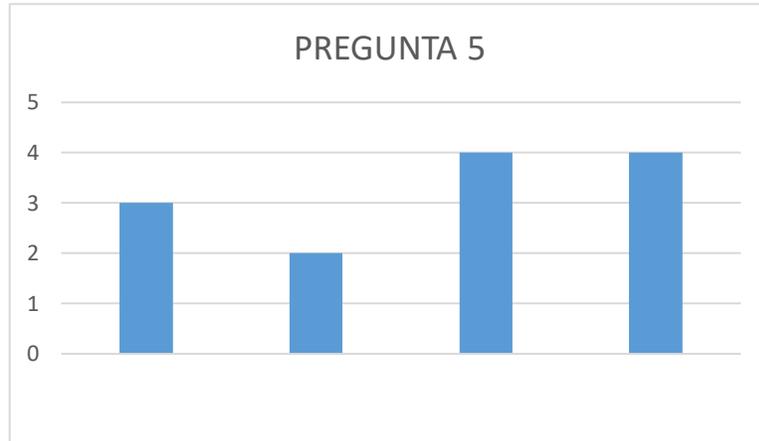
La accesibilidad de los empleados a los diferentes medios nos permite saber cuales son los mas eficaces utilizados por la nstitución siendo Facebook en principal

4. De las publicaciones en Facebook ¿Aparece la institución entre su lista de amigos?



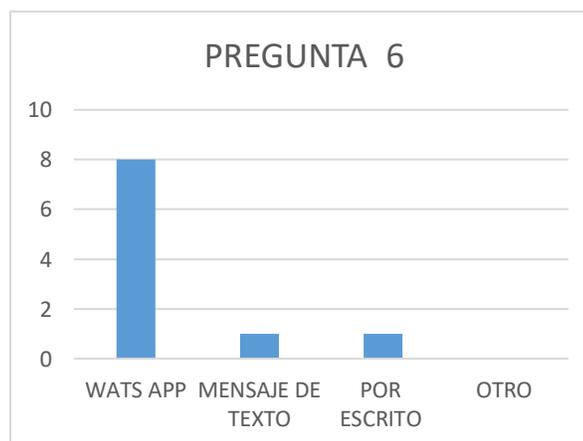
Si tomamos en cuenta que las redes sociales son en común denominador para transmitir información a empleados municipales, es importante saber si los empleados son amigos de la página municipal, en donde de diez ocho efectivamente son amigos.

5. De las publicaciones que mira en Facebook del acontecer municipal; ¿les da like y las comparte, solo les da like, no las mira, las ignora, no le interesan?



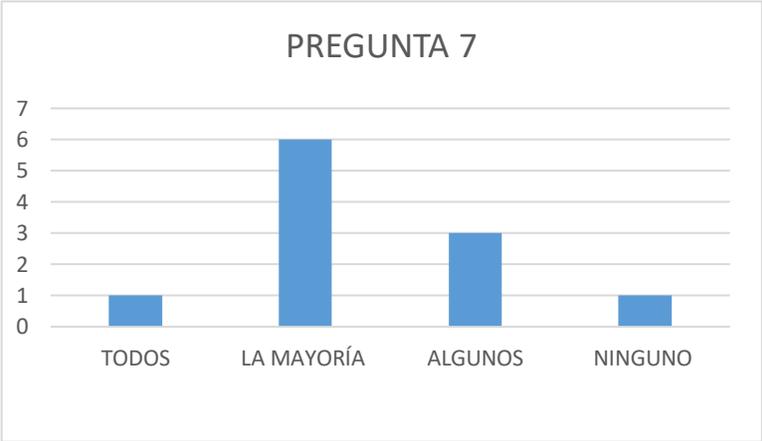
La red social Facebook está dirigida tanto a empleados municipales como para el público externo en donde se evidencia que los empleados tiene dos actitudes frente a las publicaciones en el Facebook la primera es que solo miran las publicaciones y otros afirman que las ignoran, una pequeña cantidad les da like y otra reducida cantidad además de darle like las comparte, en esta actitud hacia la información se deduce que los empleados carecen de motivación para ser portadores y transmisores de los acontecimientos municipales evidenciando que no existe retroalimentación, ni propagación ya que los empleados se quedan con la información.

6. ¿Respecto al teléfono celular, de qué forma le gustaría recibir información de su institución; Messenger, WhatsApp, mensajes de texto?



El medio que afirman los empleados para recibir información sigue siendo WhatsApp y la oficina de Recursos Humanos, se encarga de tener una selección de números de jefes de unidad y departamentos a los cuales envía los mensajes para que sean difundidos dentro de sus demás compañeros. Es importante señalar que una mínima cantidad de empleados afirman no ser informados de los mensajes que transmite RRHH.

7. ¿Conoce los servicios que brinda la municipalidad podría mencionarlos?



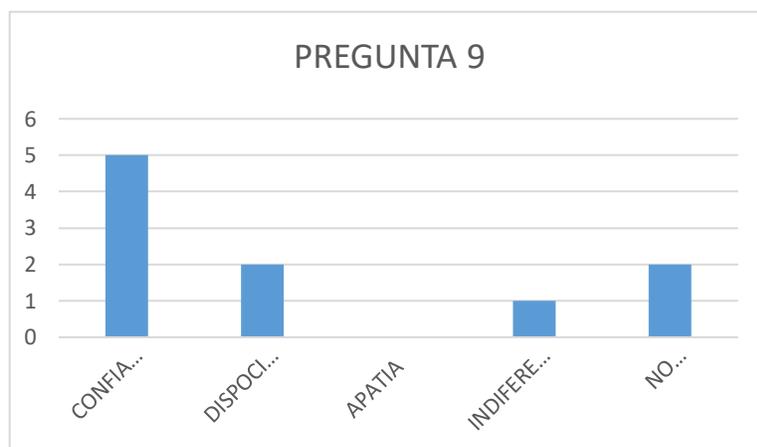
Se considera indispensable dentro de una organización que sus colaboradores o empleados conozcan los servicios que esta brinda lo cual es determinante en la calificación de la comunicación interna; a lo cual solo uno que correspondería al 10% contestó todos los servicios que esta brinda y los demás se limitaron a contestar más bien los correspondientes a sus actividades laborales siendo un 60% de los empleados que conocen la mayoría de servicios un 10% que no contestó ninguno de los servicios. Dejando en evidencia que la comunicación interna presenta deficiencias en cuanto a desconocer los servicios que se ofrecen.

8. ¿Conoce las obras que realiza la municipalidad de Palencia dentro del municipio?



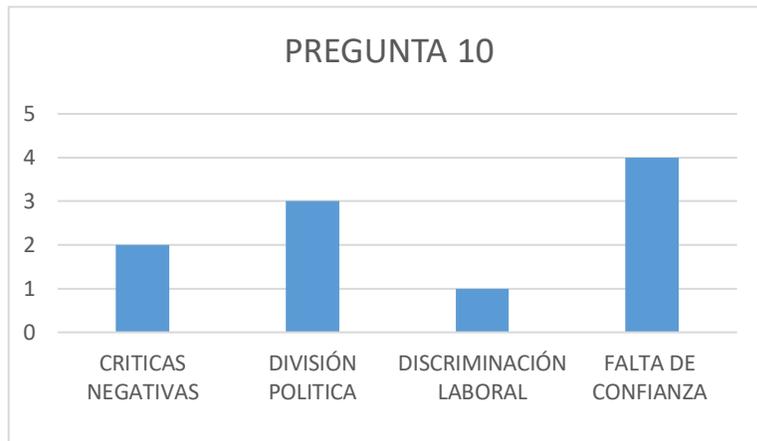
El que hacer municipal abarca varias acciones a lo que se les pregunto a los empleados si conocen los trabajos dirigidos hacia la población, la respuesta fue muy asertiva pues los empleados si conocen los trabajos y obras que realiza la municipalidad, situación que indica que el departamento de comunicación social si está llegando con la información en cuanto a obras hacia los empleados.

9. Cuándo usted llama a sus compañeros de trabajo fuera de horario laboral, ¿Qué emoción percibe de ello? Confianza, disposición, apatía, indiferencia.



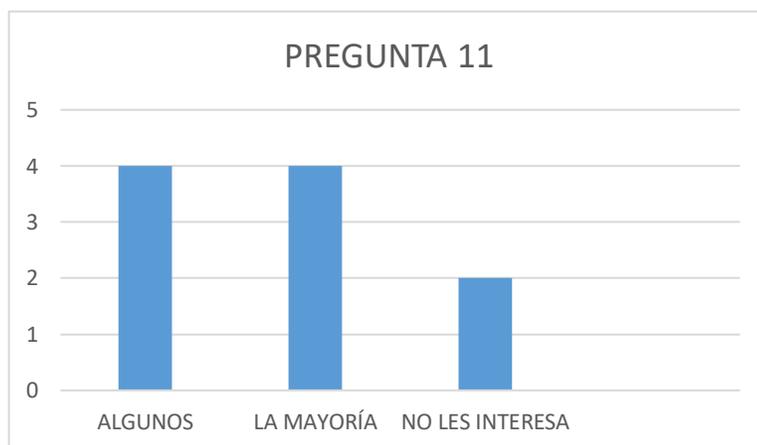
Importante conocer las emociones y sentimientos que manifiestan los empleados al ser solicitados fuera del horario laboral, en donde la mitad percibe confianza, un 20% manifiesta apatía un 10% indiferencia y un 20% no contestó la pregunta, evaluando que la motivación de los empleados a participar de actividades imprevistas está en un 50% por lo que nos orienta hacia la búsqueda de estrategias que motiven la participación.

10. ¿Cuáles son las barreras de la comunicación que enfrenta la organización según su punto de vista?



En las barreras de comunicación que enfrenta la municipalidad con sus empleados queda de manifiesto dos situaciones; la falta de confianza y la división política refiriéndose los encuestados a las preferencias por los distintos partidos políticos. También los empleados perciben críticas negativas dentro de su núcleo de trabajo.

11. ¿Los empleados participan de las actividades extra laborales que la institución realiza?



Los empleados manifiestan una participación entre palabras como la mayoría y algunos que denotan en su tono de voz, gestos y actitud que la participación no es total, que está poco motivada y que es necesario que todos tomen la responsabilidad de participar, esta situación radica en que los jefes inmediatos también dejan a un lado la motivación a la participación y se limitan a dar la información a secas. Sosteniendo la entrevista con el Director de Recursos Humanos Danilo Pérez, manifestaba que es difícil lograr mantener a los

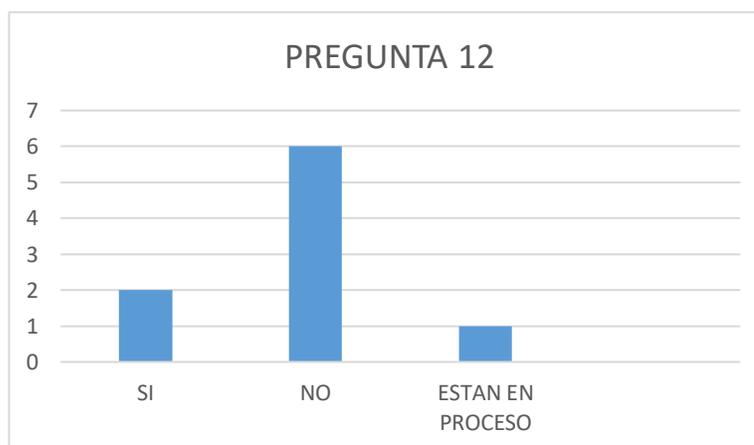
empleados contentos pues alguno les gustaba determinada actividad y otro grupo se limitaba de participar, sin embargo, se realizaban las actividades con el fin de agradar a la mayor cantidad.

En la entrevista con la representante de oficina de Cultura Y deporte, se evidenció que existe un equipo de fútbol municipal al que participan un aproximado de 15 mujeres que laboran en dicha institución y un equipo de un aproximado de 20 hombres que también son del personal municipal ambos sostienen encuentros deportivos un día a la semana en el Estadio del municipio de Palencia.

También se preguntó a ambos entrevistados Recursos Humanos y Cultura y deportes afirmando que aún no se tiene contempladas actividades extra laborales, pero si se va a dar una tarjeta especial por el día del cariño que está próximo a celebrarse. Además, en el transcurso de este año podrían surgir más actividades.

Dentro de esta entrevista se queda a un lado la inclusión de actividades motivacionales y deportivas en la planificación de los entes encargados de reforzar y enlazar la comunicación interna como Recursos Humanos, Cultura y deporte y Comunicación Social.

12. ¿Existen áreas para la convivencia que le permitan conocerse, compartir ideas e interactuar con otros empleados?



La municipalidad lleva 8 meses funcionando en nuevas instalaciones en donde aún no hay áreas específicas para la convivencia en interacción de los trabajadores, hablese de una cocina o una cafetería, pero si hay espacios temporales donde se puede refaccionar y en algunos casos hasta almorzar dependiendo la oficina donde se labora, se tiene planificada la creación de una cocina.

Los puntos en que los empleados convergen son las reuniones de jefes o reuniones grupales que se realizan en sala de consejo o en Biblioteca Municipal.

13. ¿Ha recibido algún taller de capacitación motivacional?



Los talleres motivacionales están ausentes para la mayoría de entrevistados manifestando que un 40% de los entrevistados no han recibido ninguno, un 30% hace más de un año que no recibe y un 20% que manifestó haber recibido.

14. ¿Cuánto tiempo hace que se reunió con su equipo de trabajo para poner en marcha algún proyecto?

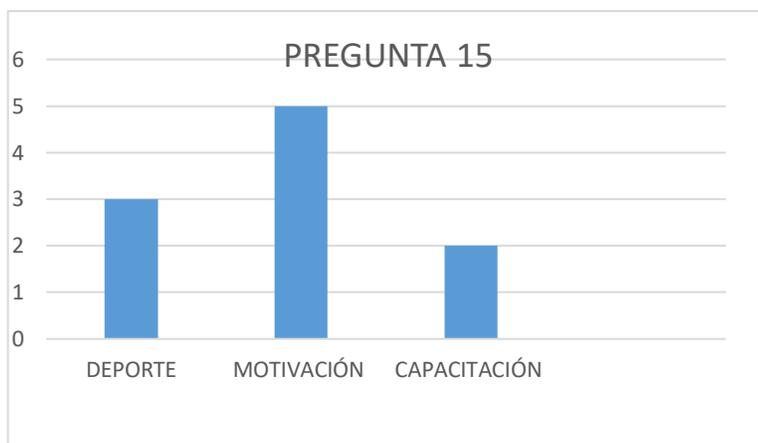


Se detecta que la comunicación interna de la Municipalidad de Palencia se debilita con el hecho que los empleados en general hacen más de un año que no se reúnen con su equipo de trabajo, y un 10% se reunió el año pasado, quedando evidente la poca comunicación que mantienen los jefes de oficina con el personal a cargo.

En cuanto a la respuesta de Recursos Humanos; manifestó que se ha realizado sugerencias y recomendaciones para que los jefes, coordinadores, y subjefes

mantengan constante comunicación entre sus compañeros, haciendo también la planificación de objetivos y el logro de procesos, asignados según el manual de atribuciones de cada departamento.

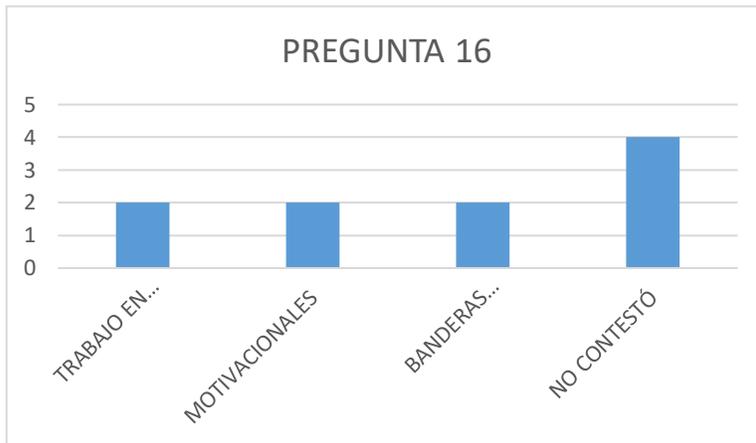
15. ¿Le gustaría participar en actividades extra laborales como talleres recreativos, deporte, actividades motivacionales, o capacitaciones mencione cuál?



En cuanto al deseo de participar en actividades extra laborales el 50% los entrevistado manifiestan tener deseo de participar de actividades motivacionales un 30% de actividades deportivas y un 20% de capacitaciones.

En las entrevistas sostenidas con Recursos Humanos y con la oficina de cultura y deporte, ambos manifestaron no tener planificadas actividades motivacionales y deportivas exclusivas para los empleados; pero que a lo largo del año si hay dos actividades exclusivas las cuales corresponden al día del empleado municipal y el convivio navideño ambas celebraciones con la finalidad de que los empleados interactúen, se motiven, creen lazos de compañerismo y trabajo en equipo, sin embargo según la opinión de los entrevistados empleados es necesaria la creación de más espacios para la convivencia

16. ¿Podría mencionar una idea o inquietud que considere útil para mejorar la comunicación interna de la Municipalidad de Palencia?



La respuesta de los entrevistados que quieran manifestar alguna inquietud para mejorar el sistema de comunicación interna la mayoría no contestó y otros sugirieron trabajo en equipo y motivacionales.

#### **1.4.1 Interpretaciones del Resultado de las entrevistas:**

Luego de interpretar palabras, emociones y sentimientos con que los entrevistados manifestaron en cada una de las preguntas, se analizó cada respuesta, para determinar que:

los empleados se sienten identificados con la institución.

En su mayoría los colaboradores municipales se informan a través de los medios que utiliza la municipalidad para dar a conocer las acciones, planes, proyectos y programas: en donde el papel protagónico lo ocupan las redes sociales; con la variante que los empleados reciben información, pero no reaccionan a la misma ni comparten lo publicado, sin embargo, si manejan la información de lo que se ha publicado.

Se indagó con los jefes de departamentos como Recursos Humanos, el hecho que manifestaron la mayoría de los entrevistados al decir que no se reúnen con sus jefes de departamentos constantemente, esta controversia permite detectar un caso de falta de planificación y organización con los empleados en el cumplimiento a metas y objetivos de grupo por falta de comunicación asertiva entre jefes y empleados.

Los medios de comunicación interna que está utilizando la municipalidad para transmitir información directamente a los empleados son los memorándums, que son

impartidos a jefes o subjefes y estos se encargan de transmitir la información, en la mayoría de los casos se utiliza también; las redes sociales específicamente WhatsApp en el cual están incluidos ciertos empleados dejando a una cantidad fuera de este sistema de comunicación; situación que muestra exclusión de algunos colaboradores sin una razón justificable.

Existen otros medios como el canal municipal que va dirigido a todo público y que abarca dos empresas de cable transmitiendo campañas, noticias municipales y algunos anuncios producidos en la Oficina de Comunicación Social, se realizan volantes y afiches que también llegan a los empleados pero que no van dirigidos precisamente a empleados.

Los empleados también pueden informarse como cualquier ciudadano a través de la página municipal a cargo de la Oficina de Acceso a la Información Pública.

Durante la interpretación de las entrevistas los empleados manifiestan la falta de espacios para la convivencia, la falta de capacitación motivacional, la consideración de actividades deportivas y la comunicación directa con sus jefes de oficina que direcciona y permita el cumplimiento de las atribuciones de los puestos descritos en el manual de atribuciones, pues alguno no tiene conocimiento de la existencia de este material.

Otro aspecto que se consideró importante son las capacitaciones en las cuales los entrevistados manifiestan poco interés por parte de la institución a impartir cursos y capacitaciones donde haya inclusión y tengan acceso todos los empleados.

Se consideró importante para una comunicación efectiva que los jefes de oficinas y directores realicen reuniones periódicas con su personal a cargo puesto que los entrevistados manifiestan que hace más de tres meses no se reúnen como grupo de trabajo para establecer metas a corto y mediano plazo, esto provoca la desintegración, ruidos en la comunicación desde el equipo de trabajo.

Los entrevistados no comparten de actividades extralaborales, algunos manifiestan que no existen espacios para la convivencia y el deporte y los jefes manifiestan que los empleados no les gusta participar de ese tipo de actividades por lo cual se evidencia un debate que obstruye la comunicación efectiva y la sana convivencia por apatía de empleados y por falta de motivación de jefes de oficina.

Se manifestó el deseo de los empleados por participar de capacitaciones, actividades motivacionales y deportivas para mejorar la comunicación y la armonía de los grupos de trabajo.

#### 1.4.2 Tablas comparativas, puntos de encuentros y disensos entre entrevistados

En la investigación los empleados coinciden con los jefes de departamento que no existen reuniones periódicas, que actualmente no se realizan capacitaciones motivacionales, que no se tiene contemplado un plan deportivo para los empleados.

Pregunta	Puntos de encuentro	De acuerdo	Desacuerdo
1. ¿Cómo considera el compromiso de los empleados con la institución?	La mayoría considera que los demás empleados están comprometidos con la institución.	Los empleados se consideran comprometidos con la institución	Un mínimo de empleados considera que algunos no están comprometidos
2. ¿Cuál es la red social que más utiliza?	La base de la comunicación interna dentro de la municipalidad ha ido de la mano de la tecnología pues las redes sociales son utilizadas en su diario actuar siendo las principales Facebook y wats aap.	Todos los entrevistados coinciden en que Facebook y Wats app	

<p>¿De los medios que utiliza la Municipalidad de Palencia para transmitir información y publicidad ¿cuáles son los que a usted le parecen más accesibles y eficaces?</p>	<p>La accesibilidad de los empleados a los diferentes medios nos permite saber cuales son los mas eficaces utilizados por la nstitución siendo Facebook en principal.</p>	<p>Todos coinciden en que Facebook es el medio principal por el cual la municipalidad informa.</p>	
<p>De las publicaciones en Facebook ¿Aparece la institución entre su lista de amigos?</p>	<p>Si tomamos en cuenta que las redes sociales son en común denominador para transmitir información a empleados municipales, es importante saber si los empleados son amigos de la página municipal, en donde de diez ocho</p>		

	efectivamente son amigos.		
De las publicaciones que mira en Facebook del acontecer municipal; ¿les da like y las comparte, solo les da like, no las mira, las ignora, no le interesan?	La red social Facebook está dirigida tanto a empleados municipales como para el público externo en donde se evidencia que los empleados tienen dos actitudes frente a las publicaciones en el Facebook la primera es que solo miran las publicaciones y otros afirman que las ignoran, una pequeña cantidad les da like y otra reducida cantidad además de darle like las comparte, en esta actitud hacia la información se deduce que los empleados carecen de motivación para ser portadores y transmisores de los acontecimientos municipales	Todos los entrevistados manifiesta tener Facebook, pero no todos siguen la página de la municipalidad de Palencia	Pese a que los empleados utilizan las redes sociales, no les gusta reaccionar ante las publicaciones de la municipalidad por las preferencias políticas.

	<p>evidenciando que no existe retroalimentación, ni propagación ya que los empleados se quedan con la información.</p>		
<p>¿Respecto al teléfono celular, de qué forma le gustaría recibir información de su institución; Messenger, WhatsApp, mensajes de texto?</p>	<p>El medio que afirman los empleados para recibir información sigue siendo WhatsApp y la oficina de Recursos Humanos, se encarga de tener una selección de números de jefes de unidad y departamentos a los cuales envía los mensajes para que sean difundidos dentro de sus demás compañeros. Es importante señalar que una mínima cantidad de empleados afirman no ser informados de los mensajes que transmite RRHH.</p>		

<p>¿Conoce los servicios que brinda la municipalidad podría mencionarlos?</p>	<p>Se considera indispensable dentro de una organización que sus colaboradores o empleados conozcan los servicios que esta brinda lo cual es determinante en la calificación de la comunicación interna; a lo cual solo uno que correspondería al 10% contestó todos los servicios que esta brinda y los demás se limitaron a contestar más bien los correspondientes a sus actividades laborales siendo un 60% de los empleados que conocen la mayoría de servicios un 10 % que no contestó</p>		
<p>¿Conoce las obras que realiza la municipalidad de Palencia dentro del municipio?</p>	<p>El que hacer municipal abarca varias acciones a lo que se les pregunto a los empleados si conocen los trabajos dirigidos hacia la</p>		

	<p>población, la respuesta fue muy asertiva pues los empleados si conocen los trabajos y obras que realiza la municipalidad, situación que indica que el departamento de comunicación social si está llegando en la información en cuanto a obras hacia los empleados.</p>		
<p>Cuándo usted llama a sus compañeros de trabajo fuera de horario laboral, ¿Qué emoción percibe de ello? Confianza, disposición, apatía, indiferencia.</p>	<p>Importante conocer las emociones y sentimientos que manifiestan los empleados al ser solicitados fuera del horario laboral, en donde la mitad percibe confianza, un 20% manifiesta apatía un 10% indiferencia y un 20% no contestó la pregunta, evaluando que la motivación de los empleados a</p>	<p>Consideran que las redes sociales son una herramienta que permite facilitar la comunicación.</p>	

	<p>participar de actividades imprevistas está en un 50% por lo que nos orienta hacia la búsqueda de estrategias que motiven la participación.</p>		
<p>¿Cuáles son las barreras de la comunicación que enfrenta la organización según su punto de vista?</p>	<p>En las barreras de comunicación que enfrenta la municipalidad con sus empleados queda de manifiesto dos situaciones; la falta de confianza y la división política refiriéndose los encuestados a las preferencias por los distintos partidos políticos. También los empleados perciben críticas negativas dentro de su núcleo de trabajo.</p>		

<p>¿Los empleados participan de las actividades extra laborales que la institución realiza?</p>	<p>Los empleados manifiestan una participación entre palabras como la mayoría y algunos que denotan en su tono de voz, gestos y actitud que la participación no es total, que está poco motivada y que es necesario que todos tomen la responsabilidad de participar, esta situación radica en que los jefes inmediatos también dejan a un lado la motivación a la participación y se limitan a dar la información a secas. Sosteniendo la entrevista con el Director de Recursos Humanos Danilo Pérez, manifestaba que es difícil lograr mantener a los empleados contentos</p>	<p>Mientras los empleados manifiestan que si les gusta las actividades extracurriculares. RRHH dice que los empleados no participan en las actividades extralaborales.</p>	
---	--	--	--

	<p>pues alguno les gustaba determinada actividad y otro grupo se limitaba de participar, sin embargo, se realizaban las actividades con el fin de agradar a la mayor cantidad.</p>		
<p>¿Existen áreas para la convivencia que le permitan conocerse, compartir ideas e interactuar con otros empleados?</p>	<p>La municipalidad lleva 8 meses funcionando en nuevas instalaciones en donde aún no hay áreas específicas para la convivencia en interacción de los trabajadores hablese de una cocina como o una cafetería, pero si hay espacios temporales donde se puede refaccionar y en algunos casos hasta almorzar dependiendo la oficina donde se labora, pero si se tiene planificada la creación de una cocina.</p>		

	<p>Los puntos en que los empleados convergen son en reuniones de jefes o reuniones grupales que se realizan en sala de consejo o en Biblioteca municipal</p>		
<p>¿Ha recibido algún taller de capacitación motivacional?</p>	<p>Los talleres motivacionales están ausentes para la mayoría de entrevistados manifestando que un 40% de los entrevistados no han recibido ninguno, un 30% hace más de un año que no recibe y un 20% que manifestó haber recibido.</p>		

<p>¿Cuánto tiempo hace que se reunió con su equipo de trabajo para poner en marcha algún proyecto?</p>	<p>Uno de los focos en donde se detecta que la comunicación interna de la Municipalidad de Palencia esta débil es el hecho que los empleados en general hace más de un año que no se reúnen con su equipo de trabajo, y un 10% se reunió el año pasado, quedando evidente la poca comunicación que mantienen los jefes de oficina con el personal a cargo.</p>		
<p>¿Le gustaría participar en actividades extra laborales como talleres recreativos, deporte, actividades motivacionales, o capacitaciones mencione cuál?</p>	<p>En cuanto al deseo de participar en actividades extra laborales el 50% los entrevistado manifiestan tener deseo de participar de actividades motivacionales un 30% de actividades</p>		<p>En la entrevista con la representante de oficina de Cultura Y deporte, se evidenció que existe un equipo de fútbol municipal al que participan un aproximado de 15 mujeres que</p>

	deportivas y un 20% de capacitaciones.		laboran en dicha institución y un equipo de un aproximado de 20 hombres que también son del personal municipal ambos sostienen encuentros deportivos un día a la semana en el Estadio del municipio de Palencia
¿Podría mencionar una idea o inquietud que considere útil para mejorar la comunicación interna de la Municipalidad de Palencia?	respuesta de los entrevistados que quieran manifestar alguna inquietud para mejorar el sistema de comunicación interna la mayoría no contesto		otros sugirieron trabajo en equipo motivacionales, otros surgieron dejar atrás banderas políticas

También se preguntó a ambos entrevistados Recursos Humanos y Cultura y deportes afirmando que aún no se tiene contempladas actividades extra laborales, pero si se va a dar una tarjeta especial por el día del cariño que está próximo a celebrarse. Además, en el transcurso de este año podrían surgir más actividades.

Dentro de esta entrevista se queda a un lado la inclusión de actividades motivacionales y deportivas en la planificación de los entes encargados de reforzar y enlazar la comunicación interna como Recursos Humanos, Cultura y deporte y Comunicación Social.

14. Respuesta de RRHH En cuanto a la respuesta de Recursos Humanos; manifestó que se ha realizado sugerencias y recomendaciones para que los jefes, coordinadores, y subjeses mantengan constante comunicación entre sus compañeros, haciendo también la planificación de objetivos y el logro de procesos, asignados según el manual de atribuciones de cada departamento.

15. En las entrevistas sostenidas con Recursos Humanos y con la oficina de cultura y deporte, ambos manifestaron no tener planificadas actividades motivacionales y deportivas exclusivas para los empleados; pero que a lo largo del año si hay dos actividades exclusivas las cuales corresponden al día del empleado municipal y el convivio navideño ambas celebraciones con la finalidad de que los empleados interactúen, se motiven, creen lazos de compañerismo y trabajo en equipo, sin embargo según la opinión de los entrevistados empleados es necesaria la creación de más espacios para la convivencia

16. Con esta pregunta también se entrevistó al Señor Ramiro Tercero quien también asintió en la importancia de que es necesario motivar a los empleados divididos por genero para comodidad y trabajar temas propios de cada grupo.

## **1.5. RADIOGRAFÍA DE LA INSTITUCIÓN**

### **1.5.1 Fortalezas**

De las fortalezas que presenta la municipalidad de Palencia en cuanto al Diagnóstico de Comunicación Interna, se manifiesta un lenguaje adecuado en la transmisión de los mensajes, los empleados se mantienen informados por medio de las redes sociales y conocen los trabajos que realiza la municipalidad a través de las mismas. Se trabaja en un ambiente agradable en instalaciones adecuadas con espacios propicios para cada área. Se promueve el desarrollo de la institución por los medios de comunicación. Los jefes de departamento son accesibles y abierto a generar dialogo y a motivar nuevas estrategias de comunicación.

### **1.5.2 Oportunidades**

Se tiene abierta la participación de los empleados, se brindan nuevas estrategias apoyadas en capacitaciones que mejoran el desenvolvimiento de los empleados de la institución.

El empleado tiene la oportunidad de superarse, algunos reciben beneficios para diplomados y otros reciben la facilidad de salir temprano para continuar sus estudios universidad.

La institución está abierta a las mejoras académicas y a la superación de los empleados.

### **1.5.3. Debilidades**

- Una de las debilidades que afecta la eficacia en la comunicación es que se ha dejado de ver a los empleados como un público objetivo para ser portavoz del que hacer municipal. Se ha dejado a un lado la detección de líderes que puedan apoyarse mutuamente en proyectos de desarrollo laboral dentro de la institución.
- No hay documentos que den a conocer la historia de la institución, evolución y crecimiento.
- No se evidencio cooperación ni interacción entre las áreas de trabajo.
- Hace falta inclusión de los empleados en los canales que se utiliza la institución.
- Falta de motivación y empoderamiento constante de los empleados.

### **1.5.4 Amenazas**

Una de las amenazas que más afecta a la institución es la división por preferencias políticas y la percepción de algunos empleados que manifiestan la existencia de discriminación laboral.

## **CAPITULO II**

### **2. PLAN DE COMUNICACIÓN**

#### **2.1. ANTECEDENTES COMUNICACIONALES**

La oficina de Comunicación Social ha trabajado en base a un plan de comunicación que persigue la difusión del que hacer municipal, dentro de ese marco da a conocer por medio de redes sociales, canal municipal, trifoliales, afiches, vallas, y banners; actividades, proyectos y programas que ejecuta la municipalidad en beneficio de los vecinos del municipio de Palencia. Mediante los canales de comunicación mencionados se llega a los empleados municipales dicha información, permite mantenerlos informados. El público objetivo que maneja la institución son los vecinos del municipio de Palencia en donde se incluyen a los trabajadores municipales, quienes también tienen acceso a dicha información. La municipalidad no ha trabajado un plan de comunicación dirigido únicamente a sus empleados, sin embargo, al dirigir los mensajes a la población los empleados se informan del que hacer municipal. Pues son parte de la población en general, partiendo de este punto se realiza el proyecto de comunicación interna que va dirigido a los empleados de la Municipalidad de Palencia

#### **2.2. OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN**

##### **2.2.1. Objetivo General**

Fortalecer la comunicación interna entre los empleados de la municipalidad de Palencia

##### **2.2.2 Objetivos Específicos:**

- Reforzar las herramientas para la comunicación interna entre los empleados de la municipalidad de Palencia
- Motivar a jefes y directo
- res a reuniones periódicas para planteamientos de nuevos objetivos.

#### **2.3 PUBLICO OBJETIVO:**

Empleados municipales: jefes de departamentos, personal de las diferentes oficinas, que laboran dentro del edificio municipal.

## **2.4 MENSAJE**

YO ELIJO...

ELIJO MUNI, ELIJO SERVIR

YO COMPARTO...

COMPARTO MI TRABAJO

COMPARTO EL DESARROLLO.

Con ambos se trabaja la identidad corporativa, se valora el trabajo de cada empleado, y lo importante que es cada uno en el desarrollo del municipio para el que trabajan. Evoca a que el trabajo se convierte en desarrollo para el municipio, provoca consecuentemente identidad corporativa.

Las fotografías de empleados trabajando se dan a conocer en redes, pero motivará aún más que un empleado sea reconocido con su nombre en una fotografía que plasma su trabajo que desde ya es parte del desarrollo, la fotografía irá con el título del trabajo y lugar y nombre del colaborador, también que irá publicado en la cartelera a nivel interno, de esta manera también será fácil reconocer a los empleados por nombre poder conocer a los empleados por nombre.

Con este slogan también se motivará a los empleados que utilizan las redes sociales para que compartan noticias e información en el FB: noticiasmunicipalencia, dejando la iniciativa que los jefes de departamento deben inculcar haciendo propio cada publicación de la municipalidad en donde comparto mi trabajo; comparto el desarrollo.

Este lema basado en que cada uno de los servicios que brinda la municipalidad, cada vez que vemos una publicación en FB que muestre a un empleado sirviendo en el amplio sentido de la palabra respecto a las labores de su competencia, los demás damos like compartimos o corremos voz, replicando publicaciones y reenviando los whats app.

## **2.5 ESTRATEGIA**

Mejorar la comunicación interna:

## 2.6 ACCIONES DE COMUNICACIÓN

Con ello se busca mejorar el clima laboral motivar el trabajo en equipo y la identidad corporativa trabajando en la integración de cada uno de los empleados a grupos de trabajo funcionales para la institución.

### Estrategia 1 Comunicación Interna

ACCIÓN 1	
A que estrategia corresponde esta acción	Estrategia de Comunicación interna.
Problema	Ausencia de reuniones periódicas dentro de los equipos de trabajo, planteamiento de metas y objetivos a corto y mediano plazo.
Producto	Taller motivacional.
Objetivo Comunicacional	Motivar a la planificación periódica de reuniones y actividades entre los equipos de trabajo.
Tipo de mensaje	Formativo, interactivo, educativo.
Público objetivo	Personal de oficina de RR HH, y jefes de departamentos
Medio de difusión	Reunión en biblioteca con 25 jefes de departamento.

ACCIÓN 2	
A que estrategia corresponde esta acción	Comunicación Interna
Problema	Ausencia de la expresión de ideas sugerencias y nuevas propuestas.
Producto	Buzón de sugerencias.
Objetivo Comunicacional	Fortaleces la comunicación y el acercamiento con los empleados.

Público objetivo	Personal que labora dentro de la municipalidad de Palencia.
Medio de difusión	Charla informativa en cada oficina

## Estrategia 2 Identidad corporativa

ACCIÓN 1	
A que estrategia corresponde esta acción	Estrategia de identidad corporativa
Problema	Los colaboradores no conocen los eventos, objetivos ni misión ni visión de la institución.
Producto	Cartelera informativa
Objetivo Comunicacional	Informar a los empleados por un medio alternativo visible para todos.
Tipo de mensaje	Informativo institucional
Público objetivo	Personal que labora dentro de la Municipalidad de Palencia.
Medio de difusión	Cartelera informativa

ACCIÓN 2	
A que estrategia corresponde esta acción	Estrategia de identidad corporativa.
Problema	Los colaboradores no manifiestan identidad corporativa.
Producto	Stikers
Objetivo Comunicacional	Formativo recreativo

Público objetivo	Personal de la institución que labora en oficina
Medio de difusión	stickers de identidad que ambientan el edificio

## Estrategia 2 Identidad corporativa.

ACCIÓN 3	
A que estrategia corresponde esta acción	Estrategia Identidad Corporativa
Problema	De las publicaciones que los colaboradores ven en FB la mayoría no reaccionan, ni comentan, hace falta el visto bueno de los empleados municipales. Pero cuando se trata de una felicitación por un cumpleaños, hay más comentarios y generan más like.
Producto	Material adhesivo impreso (calcomanías), o stickers que dicen comparto... comparto mi trabajo, comparto el desarrollo; el cual es una invitación a seguir las publicaciones de la página de FB noticiasmunicipalencia. colocados ambientado el edificio municipal.
Objetivo Comunicacional	Memoria visual, incremento de likes a las publicaciones.
Público objetivo	Personal de la institución
Medio de difusión	Ambientación del Edificio Municipal con calcomanías.

## CAPÍTULO III

### 3. INFORME DE EJECUCIÓN

#### 3.1. PROYECTO DESARROLLADO

Estrategias para fortalecer la comunicación interna dentro de la municipalidad de Palencia.

##### 3.1.1. Financiamiento

El total de gastos del proyecto estuvo a cargo de la Espesista Carmen Amelia Mijangos Cabrera

##### 3.1.2 Presupuesto

Cantidad	Actividad	Costo	Costo Total	Financiamiento
1	Buzón de sugerencias	Q100.00	Q 100.00	Epesista
1	Cartelera	800	Q 800	Epesista
50	Stikers	Q 5.00	Q 100.00	Epesista
1	Motivacional de trabajo en equipo	1,500.00	Q 1500.00	Epesista
50	Refacciones	Q 5.00	Q 250.00	Epesista
1	Servicio de asesoría	Q10,000.00	Q 10,000.00	Epesista
1	Instalación	Q 50.00	Q50.00	Epesista
1	Transporte de materiales	Q 150.00	Q 150.00	Epesista
Total, de gastos			12,950	Epesista

### **3.1.3 Beneficiarios**

Todos los empleados que laboran dentro del edificio municipal fueron beneficiados con la ambientación del edificio, con el lema “Yo elijo; elijo muni elijo servir” y “Yo comparto; comparto mi trabajo, comparto el desarrollo”. con el cual se mejoró la identidad corporativa y dio inicio a la ejecución de este proyecto.

Jefes de oficina que labora dentro de la municipalidad de Palencia.

Recibieron un taller motivacional con el fin de desarrollar estrategias que permitan la comunicación asertiva.

Los empleados que laboran dentro de la municipalidad de Palencia tienen la oportunidad de comunicarse con los diferentes jefes de oficina y alcaldía sin esperar una audiencia o agendar una reunión pues a través del buzón de sugerencias pueden hacer llegar sus inquietudes e ideas con el slogan tu idea nos enciende el foco.

También los empleados podrán revisar las actividades noticias y motivaciones a través de la cartelera informativa puesta en el edificio municipal a un costado del reloj de marcaje visible para todos.

### **3.1.4 Recursos humanos:**

La ejecución del proyecto se realizó con el trabajo de la epesista Carmen Amelia Mijangos apoyada por profesionales comunicadores y el apoyo logístico de Lic. Amílcar Danilo Pérez

Director Técnico Administrativo

Municipalidad de Palencia

### **3.1.4 Área Geográfica de acción**

La municipalidad de Palencia se ubica en el Municipio de Palencia, en cantón Pueblo Nuevo

14°40'0.09 N

90°21'50.67" O

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

La estrategia de comunicación; es la herramienta que nos permite planificarnos en el tiempo de una forma organizada.

La estrategia permite a la organización comunicar de forma coherente e integral en un plazo determinado el objetivo planteado, La estrategia de comunicación es transversal a la comunicación interna, externa y debe de contemplar un manual o espacio pedagógico que le permita a las organizaciones estar claros con sus equipos de trabajo sobre sus tácticas a desarrollar, mensajes y formas de comunicar, acciones estratégicas, instrumentos de investigación para hacer totalmente asertivo y funcional el desarrollo de la estrategia.

Existen estrategias de comunicación diversas y cada una obedece a necesidades y a objetivos de comunicación diferentes, cada estrategia tiene que ser creada desde la experiencia de cada proyecto e iniciativa y a su vez debe de ser incorporada al flujo de trabajo, medida y re diseñada en el tiempo.

La comunicación es dinámica y objeto de innovación, la tecnología hace parte de esta constante transformación y es muy importante incorporar esta planificación en el flujo de trabajo del día a día para evitar quedar obsoletos o no comunicar lo que hacemos.

Las estrategias desarrolladas dentro de la municipalidad de Palencia fueron las siguientes;

**Estrategias para la comunicación interna y Estrategia para mejorar la identidad corporativa.**

Las estrategias de comunicación interna están dirigidas a nuestro equipo de trabajo, estas estrategias buscan fomentar proceso de comunicación asertiva que permitan la optimización de los recursos y el encadenamiento productivo de los miembros de la organización municipal

#### **Acción 1**

Se impartió un taller motivacional; se desarrolló la para mejorar el clima laboral un taller motivacional en el cual se dio a conocer el proyecto de mejorar la comunicación interna con el lema yo elijo muni; elijo servir.



*TALLER SOBRE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL Y CLIMA LABORAL A JEFES DE DEPARTAMENTOS*



*MENSAJE DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN; A JEFES DE DEPARTAMENTOS*

## **Fortalecer la comunicación interna**

### **Acción 2: Buzón de sugerencias**

Dentro de los mensajes e información que se transmiten se interrumpe cuando no existe retroalimentación, para fortalecer el proceso de comunicación se crea el buzón de sugerencias, desde este nuevo medio los colaboradores podrán escribir preguntas, sugerencias, inquietudes en resumen a través del buzón de sugerencias los gerentes y jefes podrán saber las opiniones y sugerencias de los empleados, como por ejemplo normas, condiciones de trabajo, organización, tareas reuniones laborales y beneficios sociales

Las acciones desarrolladas para mejorar la comunicación interna se implementó el uso del buzón de sugerencias, con él se persigue acercar las ideas de los empleados a la gerencia y permite una comunicación efectiva. El slogan para la implementación de este nuevo medio de comunicación es “Tu idea nos enciende el foco” el cual se dio a conocer dentro de las diferentes oficinas que se encuentran dentro del edificio municipal.



*Buzón de sugerencias instalado*



*ENTREGA DEL BUZÓN DE SUGERENCIAS*

## **Estrategia de Identidad Corporativa;**

### **Acción 1**

A través de herramientas que propicien la utilización de nuevos medios de difusión se trabajó la implementación de una cartelera que estará a la vista del total de los empleados que laboran dentro de la instrucción.



*1*

*instalación de cartelera*



*Entrega de cartelera a RRHH*

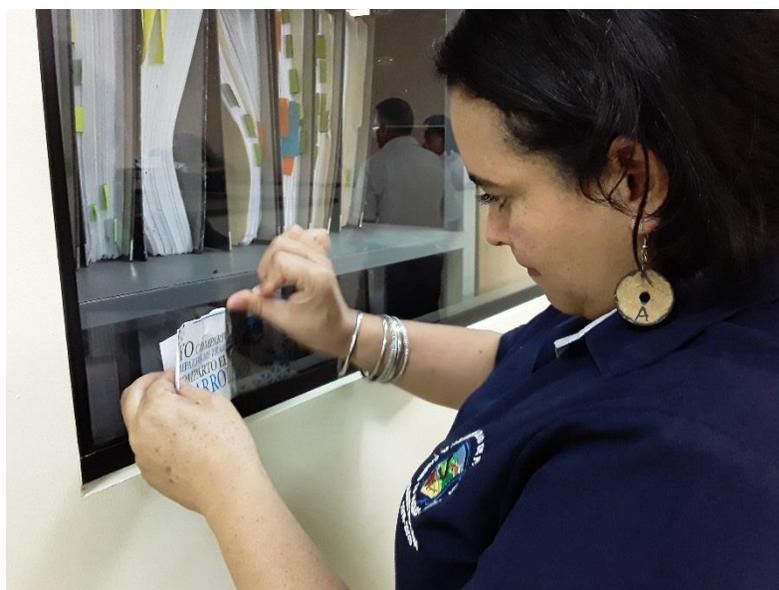


*Utilización de la cartelera*

### **Estrategia de identidad corporativa acción 2 y 3**

Se trabajó en la ambientación del edificio con stickers y el slogan Comparto mi trabajo, comparto el desarrollo este con el fin de dar a conocer el trabajo de los empleados y fortalecer las redes sociales, el slogan utilizado en la acción 3 fue; Elijo muni elijo servir” este slogan de la campaña de servicio e identidad corporativa, fortalece la imagen institucional, basado en que desde que elegimos la municipalidad como institución para trabajar en ella, estamos aceptando servir con la mejor actitud sobre todo cada vez que estamos frente a un vecino.

El lema quedará fijado en el servidor municipal quien será portador de servicio. Para esta acción se pegaron los stickers en los vidrios de puertas y ventanas de las oficinas.



*I AMBIENTACIÓN DEL EDIFICIO MUNICIPAL*



Ilustración 1 Ambientación del edificio municipal



Ilustración 2 stikers para la ambientación



stikers para la ambientación

### 3.3. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

ACTIVIDAD	JULIO																		
	M	J	V	L	M	M	J	V	L	M	M	J	V	L	M	M	J	V	
	6	7	8	11	12	13	14	15	18	19	20	21	22	25	26	27	28	29	
Reunión con RRHH																			
Visitas a las oficinas para ambientación con stickers																			
Ejecución de plan de comunicación																			
Primer taller motivacional																			
Implementación del buzón																			
Colocación de la cartelera																			
Entrega del informe en plataforma classroom																			

Cronograma de Gantt realizado por Epesista Carmen Amelia Mijangos

### 3.4 CONTROL Y SEGUIMIENTO

Acciones	Indicadores cuantitativos	Indicadores cualitativos
Acción 1 Buzón	En el transcurso de una semana se recibieron 3 sugerencias mediante el uso del buzón.	Los empleados consideran positivo y necesario el uso del buzón de sugerencias, pues les es más fácil mantener la comunicación hacia gerencia.

Acción 2 Stikes	Desde el primer día que se colocaron los empleados preguntaron de que se trataba la campaña	Los empleados comentaron que se sintieron tomados en cuenta, al incluirlos en una campaña que hacía importante su trabajo.
Acción 3 cartelera	El uso de la cartelera permite al total de empleados enterarse de los memorándums y actividades dentro del edificio	Consideran importante el uso de la cartelera por que la información llega a todos y permite hacer comentarios acerca de la misma.
Acción 4 taller motivacional de comunicación	Asistió un total de 9 participantes quienes se consideran importante el hecho de reunirnos para trabajar la comunicación interna y talleres motivacionales, pues los empleados participarían con mejor actitud de las actividades.	Los empleados salieron motivados y disfrutaron la actividad, comentando que se deberían de repetir con más frecuencia, pues es importante para ellos desarrollar técnicas que les permitieran comunicarse de mejor manera con el personal a cargo.

## CONCLUSIONES

- Las estrategias realizadas en la municipalidad de Palencia ayudaron a fortalecer la comunicación interna, los colaboradores recibieron un taller y algunas charlas en las oficinas las cuales permitieron conocer las inquietudes y sugerencias para ser trabajadas con Recursos Humanos, quienes estuvieron abiertos a recibir todo tipo de información transformadora. Esto reflejó su compromiso para mejorar las debilidades comunicacionales.
- Se proporcionaron herramientas que serán canales de comunicación continúa y efectiva tanto para los directivos, y colaboradores, como la cartelera que fue un elemento al que muchos calificaron de necesario.
- Se fortalecieron las relaciones públicas internas y se sentaron bases para seguir con la motivación de los empleados, conscientes de la importancia que tiene una comunicación con retroalimentación mejorando los canales por los cuales el empleado se informa de las actividades, eventos, y mensajes que emite la gerencia municipal.

## **RECOMENDACIONES**

- Realizar capacitaciones semestrales para los colaboradores de la institución para fortalecer el trabajo en equipo.
- Actualización semanal de la cartelera.
- Revisión semanal del buzón de sugerencias.
- Motivar reuniones semanales entre grupos de trabajo.
- Realizar actividades que incentiven el trabajo en equipo y que los colaboradores compartan entre sí.
- Motivar la participación de los empleados a las reuniones y capacitaciones.

## GLOSARIO DE TERMINOS

1. **Análisis:** Estudio detallado de algo, especialmente de una obra o de un escrito.
2. **Antecedentes:** Comunicarle las circunstancias previas a un asunto.
3. **Beneficiario:** Dicho de una persona: Que resulta favorecida por algo
4. **Clima Organizacional:** Son las percepciones que el trabajador tiene de las estructuras y procesos que ocurren en un medio laboral. Se refiere al ambiente de trabajo propio de la organización. Dicho ambiente ejerce influencia directa en la conducta y el comportamiento de sus miembros. El Clima no se ve ni se toca, pero tiene una existencia real que afecta todo lo que sucede dentro de la organización y a su vez el clima se ve afectado por casi todo lo que sucede dentro de esta.
5. **Colaborador:** Persona que trabaja con otras en la realización de una tarea común.
6. **Cooperación:** Acción y efecto de cooperar.
7. **Cronograma:** Calendario de trabajo.
8. **Cualitativa:** Perteneciente o relativo a la cualidad.
9. **Cuantitativa:** Perteneciente o relativo a la cantidad.
10. **Diagnóstico:** Recoger y analizar datos para evaluar problemas de diversa naturaleza.
11. **Ejecución:** Acción y efecto de ejecutar.
12. **Encuesta:** Conjunto de preguntas tipificadas dirigidas a una muestra representativa de grupos sociales, para averiguar estados de opinión o conocer otras cuestiones que les afectan.
13. **Estrategia:** En un proceso regulable, conjunto de las reglas que aseguran una decisión óptima en cada momento.
14. **Filosofía:** Conjunto de saberes que busca establecer, de manera racional los principios que organizan y orientan el conocimiento de la realidad, así como el sentido del obrar humano.
15. **Grupo focal:** Estrategia de investigación cualitativa que recopila información a través de la interacción de un grupo sobre un tópico determinado del investigador.
16. **Institución:** Establecimiento o fundación de algo.
17. **Método:** Procedimiento que se sigue en las ciencias para hallar la verdad y enseñarla.

18. **Metodología:** Conjunto de métodos que se siguen en una investigación científica o en una exposición doctrinal.
19. **Metodología:** Conjunto de métodos que se siguen en una investigación científica.
20. **Motivación:** Conjunto de factores internos o externos que
21. **Objetivo:** fin o intento.
22. **Observación:** Acción y efecto de observar.
23. **Organigrama:** Representación gráfica de la estructura de una empresa o una institución, en la cual se muestran las relaciones entre sus diferentes partes y la función de cada una de ellas, así como de las personas que trabajan en las mismas.
24. **Plan:** Modelo sistemático de una actuación pública o privada, que se elabora anticipadamente para dirigirla y encauzarla.
25. **Presupuesto:** Cantidad de dinero calculado para hacer frente a los gastos generales de la vida cotidiana, de un viaje, etc.
26. **Propedéutico:** Enseñanza preparatoria para el estudio de una disciplina.
27. **Relaciones públicas internas:** Las Relaciones Públicas Internas se enfoca en el conjunto de interacciones que se observan entre el público interno (conformado por personas entrelazadas por un alto nivel de afinidad de intereses, por ejemplo: accionistas, directivos o ejecutivos y empleados); el semi interno (conformado por todos aquellos que se relacionan con la institución y que si bien no son accionistas o perciben un salario por su labor, resultan ser verdaderos aliados estratégicos en la prosecución de los objetivos organizacionales, se trata de: de proveedores y distribuidores exclusivos y de familiares de personal de la empresa.
28. **Taller:** Escuela o seminario de ciencias o de artes.
29. **Técnica:** Conjunto de procedimientos y recursos de que se sirve una ciencia o un arte.

## BIBLIOGRAFÍA

- Fernández Collado, C. (1991). *La Comunicación en las Organizaciones*. México: Trillas.
- Garza Mercado, A. (1988). *Manual de técnicas de investigación para estudiantes de ciencias sociales*. México: Industria Editorial Mexicana.
- Google. (2018). *Talentos Reunidos*. Recuperado el 28 de marzo de 2018, de <https://talentosreunidos.com/2012/07/23/el-plan-de-comunicacion-interna-que-es-y-para-que/>.
- Ma. Rosa Berganza Conde, J. A. (2005). *Investigar en comunicación, guía práctica de métodos y técnicas de investigación social en comunicación*. España: Mc Graw Hill.
- Ortiz, G. A. (2016). *Guía Práctica sobre métodos y técnicas de Investigación Documental y de campo*.
- Roberto Hernández Sampieri, D. C. (2004). *Metodología de la investigación*. México: Mc Graw Hill.
- Salkind, N. j. (1999). *Métodos de investigación*. México: Prentice Hall.
- Tamayo y Tamayo, M. (1986). *El Proceso de la Investigación Científica*
- Roberto Hernández Sampieri. Metodología de la investigación 6ta. edición. PDF
- Normas APA sexta edición. PDF

- Tamayo y Tamayo, Mario. (1991) El proceso de la investigación Científica, 5ta, edición
- M. A. Mérida González, (2011) Manual de búsqueda, descripción bibliográfica, citas dentro del texto y criterios para evaluar la calidad de las fuentes de información. I edición, Guatemala 2011.
- M.A. Mérida González, (2011) Manual para elaborar y presentar la tesis, Guatemala.
- Luis Alexander Melgar (2010), Teorías y etapas para el desarrollo del proyecto de investigación 2da. edición Guatemala.

## E- GRAFÍA

- Tu Gimnasia cerebral 2014-2019 recuperado el 26 de mayo de 2019:  
<http://tugimnasiacerebral.com/herramientas-de-estudio/que-es-un-diagrama-o-grafica-de-gantt>
- Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española 2019 recuperado el 16 de junio de 2019: <http://www.rae.es>
- Biblioteca virtual de derecho economía y ciencias sociales (s.f.) recuperado el 16 de junio de 2019: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2011a/895/Diagnostico%20de%20Comunicacion.htm>
- Jessica Quero, Raiola Networks extraído el 20 de junio de 2019:<https://raiolanetworks.es/blog/plan-de-comunicación>

## ANEXOS

### FORMATO PARA LA FORMULACION DE ENCUESTA

#### UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

Datos generales: edad \_\_\_\_ sexo \_\_\_\_ Años de laborar en la institución \_\_\_\_\_

Dependencia en que labora \_\_\_\_\_

1. ¿Cómo considera el compromiso de los empleados con la institución?
2. ¿Cuál es la red social que más utiliza?
3. ¿De los medios que utiliza la Municipalidad de Palencia para transmitir información y publicidad ¿cuáles son los que a usted le parecen más accesibles y eficaces?
4. De las publicaciones en Facebook ¿aparece la institución entre su lista de amigos?
5. De las publicaciones que mira en Facebook del acontecer municipal; ¿les da like y las comparte, solo les da like, no las mira, las ignora, no le interesan?
6. ¿Respecto al teléfono celular, de qué forma le gustaría recibir información de su institución; Messenger, WhatsApp, mensajes de texto?
7. ¿Conoce los servicios que brinda la municipalidad podría mencionarlos?

8. ¿Conoce las obras que realiza la municipalidad de Palencia dentro del municipio?
9. Cuando usted llama a sus compañeros de trabajo fuera de horario laboral, ¿Qué emoción percibe de ello? Confianza, disposición, apatía, indiferencia.
10. ¿Cuáles son las barreras de la comunicación que enfrenta la organización según su punto de vista?
11. ¿Los empleados participan de las actividades extra laborales que la institución realiza?
12. ¿Existen áreas para la convivencia que le permitan conocerse, compartir ideas e interactuar con otros empleados?
13. ¿Ha recibido algún taller de capacitación motivacional?
14. ¿Cuánto tiempo hace que se reunió con su equipo de trabajo para poner en marcha algún proyecto?
15. ¿Le gustaría participar en actividades extra laborales como talleres recreativos, deporte, actividades motivacionales, o capacitaciones mencione cuál?
16. ¿Podría mencionar una idea o inquietud que considere útil para mejorar la comunicación interna de la Municipalidad de Palencia?

Entrevista No. I

Licenciado Fernando Antillón

Lo manifestado para nuestra investigación por parte del Lic. Antillón se lo siguiente; considera que los empleados están comprometidos con la institución y que están dispuestos a trabajar de buena manera si fuere necesarios sus servicios fuera del horario laboral.

Entre los medios que la municipalidad utiliza para informar y comunicarse; considera efectivos y útiles las redes sociales y en caso que fuere necesario utilizar otro canal de

comunicación considera oportuno el uso de bocinas o auto parlantes para la transmisión de mensajes avisos y llamado a los empleados, también considera efectivo el trabajo de la oficina de comunicación social en cuanto a la publicación en los medios de la labor municipal.

El ambiente laboral lo considera adecuado y digno de los empleados, en cuanto a las actividades que propone fortaleces se encuentran las actividades deportivas que considera es muy buena la participación de los empleados.

En cuanto a las actividades realizadas para los empleados comentó que es muy oportuno el convivio, la celebración del día del empleado municipal y que se contemplan varias actividades por medio de RRHH.

## Entrevista II

### Recursos Humanos

Lic. Danilo Pérez

Los medios que utiliza la institución para dar a conocer información desde la oficina de Recursos Humanos son los Memorandums, los cuales considera efectivos y se firman de recibido, siendo los jefes de departamento quienes se encargan de dar la información a sus compañeros, también se utilizan grupos de wats app para invitar o divulgar información pertinente como recordatorios o participación de empleados en actividades, es importante mencionar que trabajadores de campo que no utilizan redes sociales se les llama por teléfono, y se les invita a las actividades directamente esto con el fin de que no hayan ruidos en la comunicación.

En cuanto a la planificación de actividades o capacitaciones comentó que se tienen varias actividades en lista pero que aún no se tiene una fecha específica en un calendario como tal pero que van surgiendo conforme a las posibilidades.

Actualmente la Oficina de recursos Humanos está llevando a cabo la celebración de los cumpleaños del mes junto a Cultura y Deporte y Comunicación Social.

Respecto a la frecuencia con la que los departamentos se reúnen comenta

## Entrevista III

Lic. Ramiro Tercero

En la entrevista con el señor Ramiro Tercero Manifestó la importancia del departamento de Comunicación Social al dar a conocer por los medios, principalmente las redes sociales el acontecer municipal, considera que realiza un trabajo aceptable pero que se necesita mejor equipo para laborar y poder cumplir de mejor forma dicho objetivo “Los jóvenes de comunicación hacen un buen trabajo, y si tuvieran más y mejores herramientas lograrían mejorar el resultado”.

Dentro de los medios que utiliza para informarse el principal es el Wats app “también me mantengo pendiente de las publicaciones de Facebook”, dichas publicaciones solo las ve y no reacciona ante ellas, consciente de que es una buena herramienta para informarse, monitorea la aceptación de los empleados y el conocimiento de los mismos sobre el acontecer municipal.

En cuanto a las capacitaciones y motivación de los empleados; considera importante la creación de espacios para talleres, charlas y actividades deportivas.

Comentó la apertura de la municipalidad por colaborar y planificar nuevas estrategias que mejoren la comunicación interna pues es importante la armonía y colaboración tanto de la institución con los empleados como de los empleados con la institución.

Manifestó la importancia de la coordinación entre Recursos Humanos y jefes de departamento para planificar nuevas estrategias que mejoren la comunicación interna como las reuniones periódicas, y las actividades extralaborales.

Un tema que considera importante es el protagonismo de la mujer dentro de la empresa y cree importante la participación de la mujer como líder dándole especial atención a la capacitación de mujeres dentro de la institución.

Por último, reiteró el apoyo para mejorar la comunicación interna en la municipalidad de Palencia.

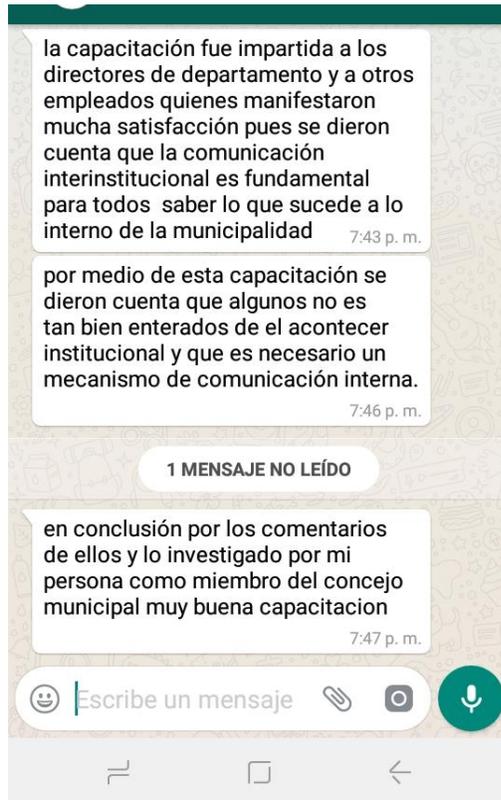


*AMBIENTACION EN LA MUNICIPALIDAD DE PALENCIA*



*GRUPO DE JEFES QUE PARTICIPÓ EN TALLER DE COMUNICACIÓN*

Ilustración 3 MENSAJE DEL LIC. RAMIRO TERCERO;  
ALCALDE EN FUNCIONES





TALLER CLIMA ORGANIZACIONAL



ENTREVISTA AL LIC. RAMIRO TERCERO;  
ALCALDE EN FUNCIONES



ENTREVISTA AL LIC. DANILO PÉREZ JEFE DE RRHH.



**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): Carmen Amelia Mijangos Cabrera  
 No. Carné y DPI: 200417171/1660892810105  
 Jefe o Encargado (a): Lic. Eddy Oriando Vásquez, Coordinador de Comunicación Social.  
 Institución o Empresa: Municipalidad de Palencia  
 Supervisor de EPSL: Supervisor de EPSL. M.A. Evelin Hernández

Sem . No.	Fechas	MES	HORAS PRACTICADAS						Total horas en la Semana
			Lun.	Mar.	Mier.	Jue.	Vie.	Sáb.	
1	Del: 13 / Al: 17	Mayo	5	5	5	5	5		25
2	Del: 20 / Al: 24	Mayo	5	5	5	5	5		25
3	Del: 27 / Al: 31	Mayo	5	5	5	5	5		25
4	Del: 03 / Al: 07	Junio	5	5	5	5	5		25
5	Del: 10 / Al: 14	Junio	5	5	5	5	5		25
6	Del: 17 / Al: 21	Junio	5	5	5	5	5		25
7	Del: 24 / Al:28	Junio	5	5	5	5	5		25
8	Del: 01 / Al: 05	Julio	5	5	5	5	5		25
9	Del: 08 / Al: 12	Julio	5	5	5	5	5		25
10	Del: 15/ Al: 19	Julio	5	5	5	5	5		25
11	Del: 29/ Al : 2	Julio	5	5	5	5	5		25
12	Del: 4/ Al: 09	Agosto	5	5	5	5	5		25
<b>TOTAL DE HORAS DE PRÁCTICA REGISTRADAS</b>									300 hrs.

(f)   
 Lic. Eddy Vásquez, Jirma y sello(a)

(f)   
 Ma. Evelin Hernández – Supervisor EPSL 