

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



**“FORTALECIMIENTO DE COMUNICACIÓN INTERNA EN LA DIRECCIÓN DE
COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA MUNICIPALIDAD DE VILLA NUEVA”**

Informe final del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura

Presentado al Honorable Consejo Directivo por:
ERWIN DE JESÚS MORALES MORATAYA
CARNÉ: 200721532

Previo a portar el título de:

LICENCIADO 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:

Gabriela Eugenia Menegazzo

Heber Libni Emanuel Escobar Juárez

Representante de Egresados:

M.A. Jhonny Michael González Batres

Secretaria:

M.Sc. Claudia Xiomara Molina Avalos

Coordinador de EPS Licenciatura

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



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 el estudiante epesista **"ERWIN DE JESÚS MORALES MORATAYA"** con número de carné: **"200721532"** 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 **"DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN SOCIAL – MUNICIPALIDAD DE VILLA NUEVA"** cumpliendo con 300 horas efectivas de práctica comprendidas del **14 de MAYO** al **02 de AGOSTO** del año en curso; tiempo durante el cual ejecuto el proyecto comunicacional: **"FORTALECIMIENTO DE COMUNICACIÓN INTERNA EN LA DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA MUNICIPALIDAD DE VILLA NUEVA"** entregando el material respectivo y debidamente recibido por: **"LA DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA MUNICIPALIDAD DE VILLA NUEVA."**

En tal virtud manifestamos entera satisfacción respecto al trabajo del 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: _____

Ender Casasola

Sud Director de Comunicación Social





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

DEDICATORIA

**A DIOS, A LA VIDA
Y AL UNIVERSO:**

Por sus abundantes bendiciones.

A MI MADRE:

Edith Morataya, gracias madre por haberme formado de buenos sentimientos, valores y hábitos; que me han ayudado a seguir adelante, por todo el apoyo y esfuerzo en cada etapa de mi vida para crecer como una persona de bien.

A MI HIJA:

Ebonee Morales, quien es el motor de mi vida, tu afecto y tu cariño son los detonantes de mi felicidad, de mi esfuerzo, de mis ganas de buscar lo mejor para ti. Aun a tu corta edad, me has enseñado y me sigues enseñando muchas cosas de esta vida.

Te agradezco por ayudarme a encontrar el lado dulce y no amargo de la vida. Eres mi motivación más grande para concluir con éxito este proyecto.

A MI ESPOSA:

Ah mi amada y compañera de vida Helen Nuñez, que a pesar del sacrificio que hice para culminar esta fase. Estuviste aguantando día a día para que lograra terminar esta anhelada meta. Ahora puedo decirte valió la pena. Te Amo.

A MI ABUELA Y MADRINA:

Por su apoyo y preocupación por mis estudios, esperando el día en que por fin podría decirles, termine la U. Logrando hacerlas sentir satisfechas y orgullosas de mí.

AGRADECIMIENTOS

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

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

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

A la **M.A. EVELIN HÉRNANDEZ** por su apoyo durante el Ejercicio Profesional Supervisado.

Al **LICENCIADO LUIS PEDROZA**, por la oportunidad de realizar el Ejercicio Profesional Supervisado en el Departamento de Estudios de Posgrado.

A mis compañeros epeistas **JULIO FLORES, YASMIN CARRERA, LUZ MARIA BRAVO** por brindarme su amistad y apoyo en esta etapa tan anhelada.

A todas mis amistades que siempre me incentivaron a seguir a alcanzar esta meta.

INDICE

RESUMEN.....	I
INTRODUCCIÓN.....	II
JUSTIFICACIÓN.....	III
CAPITULO I	
1. DIAGNÓSTICO.....	1
1.1. OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO.....	1
1.1.1. Objetivo General.....	1
1.1.2. Objetivos Específicos.....	1
1.2. DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN SOCIAL MUNICIPALIDAD DE VILLA NUEVA.....	1
1.2.1. Ubicación geográfica.....	1
1.2.2. Integración y alianzas estratégicas.....	1
1.2.3. Antecedentes o historia.....	2
1.2.4. Departamentos o dependencias.....	4
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.....	6
1.3. METODOLOGIA.....	7
1.3.2. Técnicas e instrumentos de recolección.....	7
1.3.3. Cronograma del Diagnóstico.....	8

1.4. RECOPIACIÓN DE DATOS.....	9
1.4.1. Gráficas, cuadros e interpretaciones del resultado de las encuestas.....	10
1.4.2. Resultado de las entrevistas.....	15
1.4.3. Tablas comparativas, puntos de encuentros y disensos entre entrevistados.....	17
1.5. RADIOGRAFÍA DE LA INSTITUCIÓN FODA.....	17
1.5.1. Fortalezas.....	17
1.5.2. Oportunidades.....	17
1.5.3. Debilidades.....	17
1.5.4. Amenazas.....	17

CAPITULO II

2. PLAN DE COMUNICACIÓN.....	18
2.1. ANTECEDENTES COMUNICACIONALES.....	18
2.2. OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN.....	19
2.2.1. OBJETIVO GENERALES.....	19
2.2.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS.....	19
2.3. PUBLICO OBJETIVO.....	20
2.4. MENSAJE.....	20
2.5. ESTRATEGIAS Y ACCIONES.....	20
2.6. ACCIONES DE COMUNICACIÓN.....	21
2.7. FORMATO DE ACCIONES.....	22
2.8. CHARLA / CAPACITACIÓN.....	23
2.9. MANUAL DE PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS.....	24

2.10. CREACIÓN DE CINTILLOS DE PRESENTACIÓN.....	27
CAPITULO III	
3. INFORME DE EJECUCIÓN.....	28
3.1. PROYECTO DESARROLLADO.....	28
3.1.1. Financiamiento.....	28
3.1.2. Presupuesto.....	28
3.1.3. Beneficiarios.....	29
3.1.4. Recursos humanos.....	30
3.1.5. Área geográfica de acción.....	31
3.2. ESTRATEGIAS Y ACCIONES DESARROLLADAS.....	31
3.3. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES.....	37
3.4. CONTROL Y SEGUIMIENTO.....	38
CONCLUSIONES.....	42
RECOMENDACIONES.....	43
GLOSARIO DE TÉRMINOS.....	44
BIBLIOGRAFÍA.....	47
ANEXOS.....	48

RESUMEN

- **Nombre de la Institución:**

Dirección de Comunicación Social de la Municipalidad de Villa Nueva Municipio de Guatemala.

- **Nombre del Proyecto:**

“Fortalecimiento de la Comunicación Interna En La Dirección De Comunicación Social De La Municipalidad De Villa Nueva”.

Sinopsis:

El fortalecimiento de Comunicación Interna en la Dirección de Comunicación Social de la Municipalidad de Villa Nueva, presentarán las estrategias y acciones que ayudarán a mejorar las vías comunicativas. Para la obtención de mejores resultados, se ejecutarán estrategias; a través de acciones y material visual evitando ruidos de comunicación.

INTRODUCCIÓN

El fortalecimiento de la comunicación interna es parte vital en las relaciones de personal de la institución. En el presente informe se encontrarán acciones que llevarán a tener un mejor entendimiento y comunicación bilateral con personas encargadas de determinadas áreas de trabajo de la Dirección de Comunicación Social de la Municipalidad de Villa Nueva evitando un mal entendido de quien deberá de realizar determinada tarea asignada y con estas estrategias y acciones llevar un orden.

Ayudándose con los canales comunicativos como lo es el Manual de Procesos y Procedimientos; donde se detalla con organigramas, como empieza un requerimiento de producción de material visual, siendo esta publicidad, artes finales, publicaciones en redes sociales y otros puestos que están a cargo de dar retroalimentación para lograr concluir sin ningún problema de comunicación por falta de toma de decisiones.

Con estos procesos y procedimientos se podrá transmitir la información más pronta, por tal razón, es necesario aprovechar la organización existente para comunicarse y realizar labores efectivas. Realizando tareas de manera dinámica, funcional y efectiva, además de ser el puente que permita comunicar de forma directa, personalizada y generar identidad y confianza con los involucrados.

El presente informe de EPS de Licenciatura muestra un compilado de las diferentes fases de este proyecto (Diagnóstico, Plan, Ejecución y Resultados), por consiguiente, este informe permite conocer las estrategias de comunicación interna desarrolladas para el Departamento de Comunicación Social de la Municipalidad de Villa Nueva durante el Ejercicio Profesional Supervisado para informar y capacitar al personal de campo y colaboradores municipales para su pronta comunicación entre ambas vías.

JUSTIFICACIÓN

La utilización de canales digitales es una forma rápida de comunicación que se ha vuelto efectiva tanto para empresas como para instituciones pública y privadas. Al realizar el presente proyecto, en el marco del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura, en la Dirección de Comunicación Social de la Municipalidad de Villa Nueva en el Municipio de Guatemala, se logró detectar, a través de un diagnóstico comunicacional, las oportunidades de mejora en la comunicación interna de la institución.

La segunda fase del proyecto, el plan de comunicación, permitirá plantear estrategias para erradicar la problemática sobre la defectuosa comunicación entre el personal de campo de la municipalidad y colaboradores, así como la falta de capacitación de la información en los diferentes canales digitales, permitiendo ejecutar acciones que mejoren la pronta comunicación de doble vía.

Se realizará una sinergia entre ambas vías, (Dirección de Comunicación Social, Personal de Campo de la Municipalidad y Colaboradores Municipales) para divulgar de forma consecuente sobre la pronta comunicación de ambas vías evitando ruidos comunicacionales reflejando la retroalimentación inmediata, actualizada, profesional y estandarizada a través de todos los medios.

El propósito del presente informe es detallar aspectos relevantes en cada una de las etapas de este esquema de trabajo, que aporten en la Comunicación, tanto la Dirección de Comunicación Social, como sus Colaboradores Municipales.

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO

1.1. OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO

1.1.1. Objetivo General

Mejorar y reforzar la comunicación interna de la Dirección de Comunicación Social de la Municipalidad de Villa Nueva con su personal de campo.

1.1.2. Objetivos Específicos

- Observar como es la comunicación del personal de campo con la dirección de comunicación social.
- Examinar los canales de comunicación.
- Verificar si son efectivos los medios comunicacionales entre ambas áreas de comunicación.

1.2. DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA MUNICIPALIDAD DE VILLA NUEVA

Dirección de Comunicación Social de la Municipalidad de Villa Nueva Municipio de Guatemala.

1.2.1. Ubicación geográfica

Actualmente el Dirección de Comunicación Social de la Municipalidad de Villa Nueva, se ubica a 15 kilómetros hacia el sur de la ciudad de Guatemala, capital del país. Sus límites son: al Norte: municipios de Mixco y Guatemala; al Este: municipio de San Miguel Petapa; al Sur: municipio de Amatitlán; y al Oeste: municipios de Magdalena Milpas Altas, Santa Lucía Milpas Altas y San Lucas Sacatepéquez. La oficina se encuentra dentro de las instalaciones de la Municipalidad, siendo la primera oficina al entrar a dicho edificio en el primer nivel.

1.2.2. Integración y alianzas estratégicas

A la fecha la Dirección Comunicación Social cuenta con un canal de televisión municipal. Con 4 sistemas de cable con alcance de señal básica no digital como lo quisieran, teniendo buenas

relaciones publicas con medios nacionales. Contando con una dirección de organización comunitaria con líderes comunitarios.

1.2.3. Antecedentes o historia

En la actualidad la historia de la Municipalidad de Villa Nueva tiene diversos departamentos que cuentan con varios grupos en redes sociales, donde mantienen retroalimentación entre el personal administrativo y con la población, pero por diferentes circunstancias, la falta enfoque comunicacional, se les ha dificultado cumplir con la función para la cual fueron creadas: informar y resolver dudas electrónicamente, entre otras.

La municipalidad de Villa Nueva, durante la gestión del Alcalde Salvador Gándara (período 2004 a 2008), igual que otras organizaciones y con la finalidad de informar y brindar servicios a la población respecto del trabajo municipal realizado cotidianamente, lanzó por primera vez al mundo virtual la web www.villanueva.gob.gt a mediados del año 2005.

En su primer lanzamiento, la página web se conformó por cuatro secciones cuyo contenido era puramente institucional. Lo que más destacaba era la sección de fotografías. No obstante, Ericka Mayén, Asistente de Alcaldía durante el año 2006, comentó que, aunque se actualizaba, la página web duró menos de un año, ya que, a finales del mismo, las autoridades municipales evaluaron su función detectando el escaso aporte que estaba proporcionado como medio de comunicación para la entidad estatal.

Esa evaluación llevó a analizar su rediseño paralelamente con la página web de la municipalidad capitalina munigate.com, que tuvo un período de transición similar al de la comuna de Villa Nueva. Patricia Letona, coordinadora de www.munigate.com durante el año 2008, explicó que ésta surgió en el año 2000 y subsistió tres años más sin mayor representación en el mundo de las Nuevas Tecnologías de la Comunicación e Información. El 16 de junio del 2004 se realizaron cambios en su diseño y funciones; se agregaron nuevos servicios requeridos por los usuarios y la actualización relacionada con el quehacer municipal se hacía todos los días.

Esos cambios de diseño y funciones también se aplicaron a la página web del ayuntamiento de Villa Nueva a inicios del 2006 y permitieron que se convirtiera en una herramienta de comunicación más eficiente para la comuna.

La revista Comunicología de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos (2008: p. 88) cita a Ignacio Ramonet quien dice: “Una de las consecuencias de la informatización es la llamada Revolución Digital y tiene, para la comunicación, la importancia que tuvo la invención de la imprenta en 1476 ya que es, probablemente, más importante”.

Entre los avances más espectaculares dentro de las comunicaciones (comunicación de datos) se encuentran las computadoras u ordenadores. Desde la aparición de las computadoras digitales en la década de 1940, éstas se han introducido en los países desarrollados en prácticamente todas las áreas de la sociedad (industrias, negocios, hospitales, escuelas, transportes, hogares o comercios).

Mediante la utilización de las redes informáticas y los dispositivos auxiliares, el usuario de un ordenador puede transmitir datos con gran rapidez. Estos sistemas pueden acceder a multitud de bases de datos. Desde la línea telefónica se puede acceder a toda esta información y visualizarla en pantalla o en un televisor convenientemente adaptado.

El diagnóstico para la estrategia de comunicación efectiva para la Dirección de Comunicación Social de la Municipalidad de Villa Nueva, busca mostrar al personal de la institución y habitantes de Villa Nueva, cómo la denominada era digital está transformando el campo de la comunicación social, brindándole (dentro del mundo analógico)

Nuevas herramientas de comunicación electrónicas de las cuales se desprende el uso del correo electrónico, foros y chats de los que aún se desconoce el potencial comunicacional que tienen.

Patricia Chávez, en su artículo Comunicación a la Carta, Nuevas Tecnologías en los Medios de Comunicación Electrónica dice: "Corresponde hoy a los comunicadores, con mayor urgencia y más que nunca, hacerse cargo de la complejidad, transformar la información en conocimiento, gestionar el conocimiento y responder de modo más efectivo a un público que a fuerza de ir a la deriva, naufragando en muchos casos, ha comprendido que podemos ayudarle a navegar en la información”.

1.2.4. Departamentos o dependencias:

La Dirección de Comunicación Social de la Municipalidad de Villa Nueva, se organiza con las instancias directivas y operativas siguientes:

- a. Director General de Comunicación: Encargado representante y organizador de la comunicación de la institución con entidades de gobierno y población.
- b. Subdirector de Comunicación: Relacionista público de la institución con los medios de comunicación, representante en actividades.
- c. Secretaria Administrativa: Atención al cliente, organización de entrevistas y reuniones para el director y subdirector, comunicación entre el departamento de comunicación y otras áreas de la municipalidad.
- d. Editora Web: Encarga de manejar y procesar la información que será publicada en los medios de la empresa; por lo cual ayudará a definir, generar, coordinar y actualizar todo el material creado para este fin. (Editor de Contenidos).
- e. Community Manager: Encargada de redes sociales, responsable de la gestión y desarrollo de la comunidad online de la institución en el mundo digital.
- f. Diseñador Gráfico: Encargado de la realización de contenido gráfico institucional de la municipalidad, creación de logos, imagen de institución, material gráfico.

1.2.5. Misión

A la fecha la Dirección de Comunicación Social de la Municipalidad de Villa Nueva, tiene como misión proporcionar los servicios de comunicación que reúnan las exigencias que requieren todas las áreas administrativas de la municipalidad como lo es su personal y los vecinos, logrando tener una retroalimentación de comunicación logrando la confianza de los habitantes hacia sus autoridades y viceversa.

1.2.6. Visión

Actualmente la Dirección de Comunicación Social de la Municipalidad de Villa Nueva, tiene como visión el establecer el punto de equilibrio exacto entre municipalidad y población de

Villa Nueva para llevar a los vecinos e institución al máximo bienestar y así elevar su nivel y calidad de vida.

1.2.7. Objetivos Institucionales

La Municipalidad de Villa Nueva municipio de Guatemala, conjunto a la Dirección de Comunicación Social se constituyen los siguientes objetivos.

Objetivo General:

Elevar el nivel de interés y retroalimentación del personal de campo con los colaboradores municipales, para dar una pronta respuesta a la comunicación entre ambas direcciones, acerca de las necesidades de información en el área.

Objetivos Específicos:

a. Formar recurso humano, capaz de comunicarse efectiva y eficaz, con las entidades, capacitando, demostrando, evaluando la comunicación que se tiene ante las propuestas de comunicación social en sus diferentes aplicaciones.

b. Proponer herramientas teórico-metodológicas que permitan al personal y colaboradores a aplicar los conocimientos de la ciencia y de la técnica para contribuir al desarrollo.

c. Promover la investigación científica en el campo de la comunicación.

d. Incentivar la investigación aplicada para proponer soluciones a los problemas comunicacionales de la Dirección de Comunicación Social.

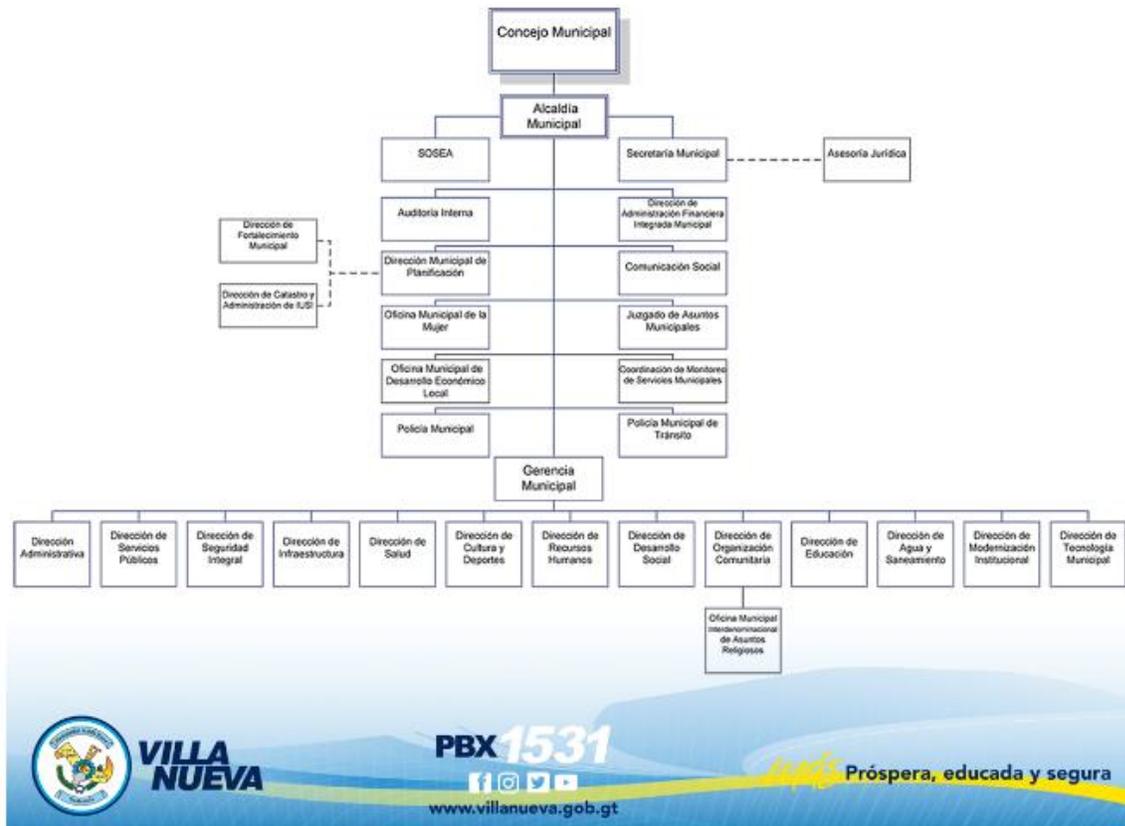
1.2.8. Público Objetivo

Colaboradores municipales y población de Villa Nueva.

1.2.9. Organigrama

En la actualidad el organigrama de la Municipalidad de Villa Nueva se encuentra detallado de la siguiente forma:

Organigrama



Fuente: Municipalidad de Villa Nueva, Guatemala

1.3. METODOLOGÍA

1.3.1. Descripción del Método

Siendo un enfoque Mixto de la investigación. Cada uno con sus características, procesos, y bondades. Las características del enfoque Mixto son los planteamientos más abiertos que van enfocándose, se conduce básicamente en ambientes naturales, los significados se extraen de los datos y no se fundamenta en la estadística, su proceso es inductivo, recurrente, analiza múltiples realidades subjetivas y no tiene secuencia lineal, sus bondades son la profundidad de significados, amplitud, riqueza interpretativa, contextualiza el fenómeno. La empleabilidad del enfoque Mixto permitirá conocer desde distintas perspectivas que otorgan planteamientos acotados y la obtención de datos será por observación e indagación, así como también planteamientos más abiertos que brindan amplitud a la investigación.

1.3.2. Técnicas e instrumentos de recolección

Entrevista: Definida como una reunión para conversar e intercambiando información entre una persona (el entrevistador) y otra (el entrevistado) u otras (entrevistados). Se documentó la información obtenida visual o verbalmente durante las visitas o conversaciones sostenidas con el personal de la institución que brindaron los primeros indicios del estado comunicacional. Como también el Subdirector de la Dirección de Comunicación Social. (Sampieri, 2014, pág. 403)

Encuesta: Según Roberto Hernández Sampieri en el libro Metodología de la investigación indica que el cuestionario es el instrumento más utilizado para la recolección de datos consiste en un conjunto de preguntas respecto de una o más variables a medir. Para incrementar la utilidad de la actividad, las personas que participaron, aportaron conclusiones y recomendaciones que se incluyeron en este trabajo. Con ello se ofrecieron elementos para realizar mejoras en el área de trabajo como fue la Dirección de Comunicación Social o para encuestas futuras. Donde se encuestaron a 11 personas de diferentes áreas del lado de colaboradores municipales y 14 personas del área de la Dirección de Comunicación. En total 25 personas encuestadas obteniendo una muestra del 8% en que personal de campo y de oficina no logra tener una buena comunicación bilateral con efectividad.

1.3.3. Cronograma del Diagnóstico

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES								
Actividad	Mes		Enero			Febrero		
	Semana		1	2	3	1	2	3
Propedéutico EPSL 2018				■				
Búsqueda de institución para realizar EPSL					■			
Confirmación de institución a Epesista					■			
Presentación de Epesistas a personal administrativo de la institución					■			
Elaboración de la primera Guía de Observación						■		
Primer entrevista con asesora de EPSL						■		
Elaboración de la segunda Guía de Observación							■	
Recopilación de datos del Departamento de Relaciones Públicas de la Municipalidad de Villa Nueva							■	
Primera revisión del Diagnóstico con asesores de EPSL							■	
Redacción de objetivos del Diagnóstico Comunicacional							■	
Selección de Metodología/Técnicas e Instrumentos							■	
Elaboración de instrumentos								■
Segunda revisión del Diagnóstico Comunicacional con asesores de EPSL								■
Realización de encuestas y entrevistas								■
Análisis de datos obtenidos por medio de los instrumentos								■
Tercera revisión del Diagnóstico Comunicacional con asesora de EPSL								■
Entrega del Diagnóstico Comunicacional Plataforma Classroom								■

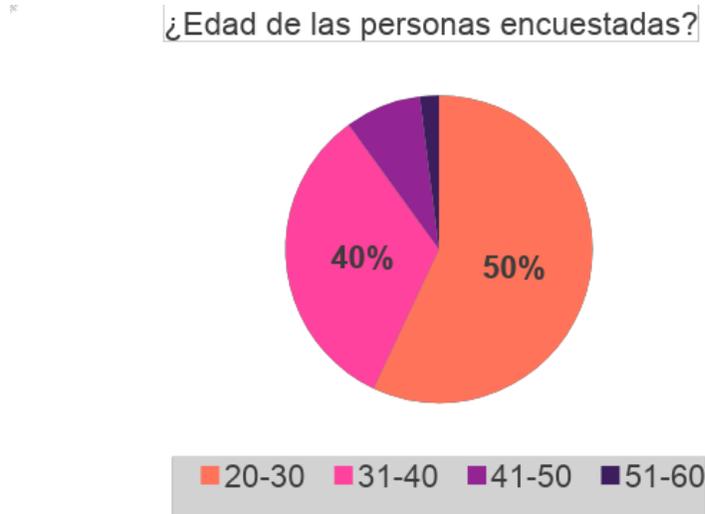
Fuente: Epesista Erwin de Jesús Morales Morataya febrero 2019

1.4. RECOPIACIÓN DE DATOS

 GUIA DE OBSERVACION 	
INSTITUCION:	Departamento de Comunicación Social de la Municipalidad de Villa Nueva Municipio de Guatemala
TEMA DE INVESTIGACION:	Diagnóstico de Comunicación
NOMBRE DEL INVESTIGADOR(A):	Erwin de Jesús Morales Morataya
FECHA:	14 de febrero del 2019
LUGAR:	1er. Nivel, Edificio de la Municipalidad de Villa Nueva, Departamento de Comunicación Social
HORA:	13:35 hrs
DATOS DE LA FUENTE: (Edad, Sexo, Ocupación, algún otro dato de referencia)	39 años, masculino, Subdirector de comunicación
OBSERVACIONES:	<p>El personal que tiene dificultad de comunicación y no se enteran de forma apropiada, a pesar de contar con redes sociales que son inmediatas, la información no llega como debería, Cuentan con el apoyo de colaboradores municipales con quienes mantienen buena relación, pero aun la comunicación es afectada por no ser mediata.</p> <p>Junto con ello esta cada personal de campo que aunque se logran comunicar de forma mediata, la comunicación sufre de ruidos y mal entendidos, haciendo de esto una deficiencia al momento de accionar en actividades relacionadas con la institución. Mediante platicas y observaciones se hace evidente la falta de material de apoyo que guie a la persona requerida, logrando efectividad en sus acciones y comunicación con las demas áreas de la Dirección.</p>

1.4.1. Gráficas, cuadros e interpretaciones del resultado de las encuestas

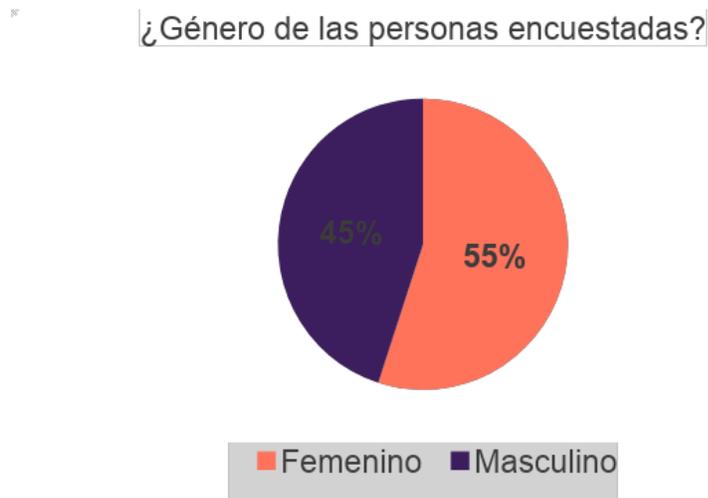
Gráfica 1



Fuente: Epesista Erwin Morales Morataya, febrero 2019.

Interpretación: El 50% de las personas se encuentra entre el rango de edad de 20 a 30, el 33% de 31 a 40, un 8% de 41 a 50 y un 2% de 51 a 60 años de edad. El personal que tiene dificultad de comunicación y no se enteran de forma apropiada son los comprendidos entre las edades de 20 a 30 aun usando redes sociales y correos no tienen buena retroalimentación de la misma.

Gráfica 2

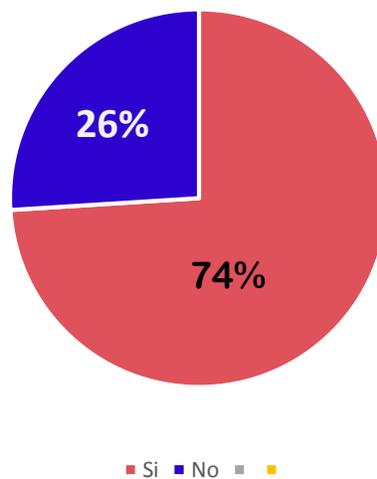


Fuente: Epesista Erwin Morales Morataya, febrero 2019.

Interpretación: El 55% de las personas pertenece al género femenino y un 45% pertenece al género masculino. Sin importar el género la dificultad de comunicarse entre ambas vías comunicativas entre la Dirección de Comunicación Social, personal de campo y colaboradores se limita a el déficit del uso de redes sociales, correos y vía telefónica.

Gráfica 3

¿Logra comunicarse de forma clara con la dirección de Comunicación Social?

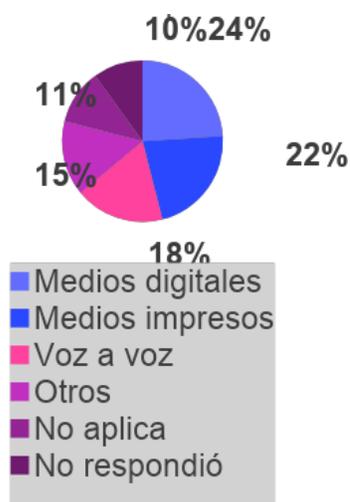


Fuente: Epesista Erwin Morales Morataya, febrero 2019.

Interpretación: A la pregunta sobre la comunicación clara con la Dirección de Comunicación Social, personal de campo y colaboradores el 74% respondió que sí logra comunicarse de buena forma, pero con traspaso de tiempo y que es necesario implementar algo más pronto para accionar a tiempo y realizar sus labores con tiempo y el 26% respondió que no logra comunicarse de buena forma, debido a que nunca les llega la información o al momento de alguna actividad les llega el comunicado haciendo de esto una carrera para cubrir las necesidades de la institución.

Gráfica 4

¿Cómo logra comunicarse con el personal de Comunicación para sus actividades?

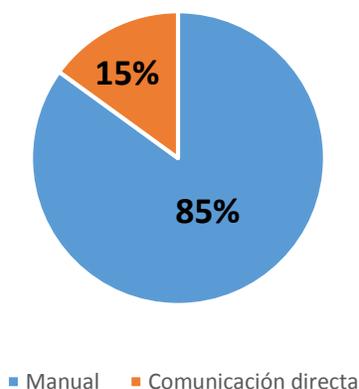


Fuente: Epesista Erwin Morales Morataya, febrero 2019.

Interpretación: Al agrupar las frecuencias mostradas en la gráfica anterior los resultados corresponden de la siguiente forma: Un 24% a medios digitales (Facebook, WhatsApp), 22% a medios impresos (Cartas, banner, Afiches, entre otros), 18% a la comunicación de voz en voz (Menciones colaboradores o compañeros), 15% corresponde a otros (Charla informativa), un 11% N/A (No aplica puesto que respondió No a la pregunta anterior) y un 10% no especificó o no respondió.

Gráfica 5

¿Le interesaría seguir la forma en que se está manejando la comunicación interna dentro de la Dirección de Comunicación Social aparte las redes sociales y medios de comunicación? Especificar ¿Cuál?



Fuente: Epesista Erwin Morales Morataya, febrero 2019.

Interpretación: A la cuestionante de contar con un tipo de apoyo o contar con algo para saber cómo dirigirse al momento de comunicarse con algún compañero de trabajo o superiores. Se muestra que un porcentaje alto de 85% de los encuestados, requiere de un manual de apoyo, para poder solventar algún tipo de comunicación dentro de la institución para poder ejecutar una actividad en que se tenga que demostrar lo que se realizara. El otro 15% por ciento tienen conocimiento de redes internas de comunicación, aunque ellos sepan de ellas no se utilizan en el área.

1.4.2 RESULTADO DE LAS ENTREVISTAS

Entrevistas al personal del Departamento de Estudios de Posgrado

a. Entrevista al Encargado de Relaciones Públicas de la Dirección de Comunicación Social Municipalidad de Villa Nueva / Fecha: 05/06/2019

Inicialmente la comunicación de la Dirección de Comunicación Social con personal de campo y colaboradores se hacía mediante mensajes vía WhatsApp, Correo Electrónico y Messenger (Facebook) se detectó que se informa de forma posterior sobre los programas o actividades a realizar minutos antes a la actividad o minutos ya empezados con la misma. Es muy escasa la respuesta inmediata para el Dirección como para los colaboradores tener un medio de comunicación que sea inmediato y eficaz. En Facebook se tuvo un alcance bastante aceptado, pero de igual manera no era de información actual y constante. De 75 a 150 personas de las cuales pocas personas requirieron información. Las consultas del personal de campo para evaluar los canales de comunicación y el resultado fueron muy variantes la orientación debe realizarse a través de las redes sociales o un medio más inmediato para hacer llegar la información. Es importante divulgar la información de la DCS (Dirección de Comunicación de Social) al grupo de colaboradores a través de charlas informativas.

b. Entrevista a Director de la Dirección de Comunicación Social / Fecha: 19/06/2019

La información de las estrategias que serán de apoyo y ayuda al Mejoramiento de la Comunicación Interna, ya que la mayoría de interesados han consultado sobre cuando seria la Capacitación. La DCS no maneja capacitaciones o juntas de personal; en la Municipalidad de Villa Nueva hay cierta desinformación entre el personal, ya que un número pequeño logra obtener información y un gran número de colaboradores desconoce de la información. Se sugiere que se realice un Manual de Procesos y Procedimientos Comunicacionales actualizado ya que no cuentan con uno.

c. Entrevista al Coordinador del Departamento / Fecha: 03/07/2019

Se ha creado el Manual de Procesos y Procedimientos para la Dirección de Comunicación Social. Se han puesto en práctica las Juntas de Mesa de Trabajo, donde se ha divulgado información y se han tomado acciones en factor de organización, entre colaboradores la Junta de Mesa de Trabajo se realizaron cada lunes de la semana o viernes llegaron a ser útiles, siendo un factor clave para estar organizados e informarse entre cada colaborador que deficiencias han tenido y como deberían de mejorarlas en conjunto. El aprovechamiento de los colaboradores que se logró mediante las Juntas de Mesa de Trabajo brindaron charlas informativas es importantes. Se les consulto a los colaboradores que forman parte en la Junta de Mesa de Trabajo la forma en que se sienten en la colaboración de organización e información en las juntas enterándose de las actividades, problemas de producción laboral y se logró evidenciar que por voto mayorista de los involucrados logran ver el mejoramiento de información que es pronta y efectiva.

1.4.3 Tablas comparativas, puntos de encuentros y disensos entre entrevistados.

	Puntos de Encuentro	Puntos de Disenso
<ul style="list-style-type: none"> -Uso de TV, Periódico previamente. -Efectividad de Facebook ha sido menor. -Información en fan page Facebook de la Dirección de Comunicación no existe. -Se divulga información por correo electrónico. -Importancia de charla informativa a grupo de trabajo de institución. -Conocimiento por Facebook, pero falta de retroalimentación. -Percepción de programas de tv es buena. -Interés por capacitaciones. -Conocimiento de mejora comunicacional en mesa de trabajo. -Interés por cintillos animados. -Por factor tiempo y actividades extracurriculares no estarán presentes la mayoría de personal de Dirección de Comunicación Social. 	<ul style="list-style-type: none"> -Se ha utilizado previamente medios impresos y/o tradicionales, pero se enfatiza sobre la efectividad de Facebook para divulgar la información de la DCS. -Es importante informar a través de una charla al grupo de DCS. -Conocimiento de capacitaciones en la mejora comunicacional. -Percepción satisfactoria acerca del programa de la capacitación y junta mesas de trabajo. -Interés manifestado por continuar con capacitaciones. 	<ul style="list-style-type: none"> -Necesidad de actualizar o dar continuo uso de manuales de apoyo. -Conocimiento de actividades con personal de campo y desinformación constante. -Por factor de falta de interés por personal de alto rango no se hacen constantes las reuniones de organización y la falta de apoyo o ayuda entre personal.

1.4.4 RADIOGRAFÍA DE LA INSTITUCIÓN FODA

1.4.5 FORTALEZAS

- Ambiente tranquilo para trabajar.
- Personal servicial con buena apertura para brindar información.
- Innovación en los procesos comunicación.

1.4.6 OPORTUNIDADES

- Actividades llamativas.
- Comunicación rápida, eficaz y fiable.
- Implementación de tecnología para facilitar procesos comunicativos.

1.4.7 DEBILIDADES

- Falta de actualización y divulgación de la información de personal en los canales de comunicación.
- Bajo nivel de interés en actividades fuera de la municipalidad.
- Falta de manejo de base de datos.
- Falta de contenido de interés para colaboradores, como los materiales para dar seguimiento a los canales de comunicación y brindar servicio efectivo.
- Descuido de equipo para su utilización en el campo.

1.4.8 AMENAZAS

- No hay buena retroalimentación comunicacional entre colaboradores municipales y dirección de comunicación social.
- Sin capacitación al personal para poder desempeñar una comunicación asertiva.
- Retroalimentación lenta y confusa al utilizar los medios digitales.

CAPÍTULO II

2 PLAN DE COMUNICACIÓN

2.1. ANTECEDENTES COMUNICACIONALES

En la actualidad la historia de la Municipalidad de Villa Nueva tiene diversos departamentos que cuentan con varios grupos en redes sociales, donde mantienen retroalimentación entre el personal administrativo y con la población, pero por diferentes circunstancias, la falta enfoque comunicacional, se les ha dificultado cumplir con la función para la cual fueron creadas: informar y resolver dudas electrónicamente, entre otras.

En el lanzamiento de la página web y redes sociales de la municipalidad, se conformó por cuatro secciones cuyo contenido era puramente institucional. Lo que más destacaba era la sección de fotografías. No obstante, Ericka Mayén, Asistente de Alcaldía durante el año 2006, comentó que, aunque se actualizaba, la página web duró menos de un año, ya que, a finales del mismo, las autoridades municipales evaluaron su función detectando el escaso aporte que estaba proporcionado como medio de comunicación para la entidad estatal.

Esa evaluación llevó a analizar su rediseño paralelamente con la página web de la municipalidad capitalina muniguat.com, que tuvo un período de transición similar al de la comuna de Villa Nueva. Patricia Letona, coordinadora de www.muniguat.com durante el año 2008, explicó que ésta surgió en el año 2000 y subsistió tres años más sin mayor representación en el mundo de las Nuevas Tecnologías de la Comunicación e Información. El 16 de junio del 2004 se realizaron cambios en su diseño y funciones; se agregaron nuevos servicios requeridos por los usuarios y la actualización relacionada con el quehacer municipal se hacía todos los días.

Esos cambios de diseño y funciones también se aplicaron a la página web del ayuntamiento de Villa Nueva a inicios del 2006 y permitieron que se convirtiera en una herramienta de comunicación más eficiente para la comuna.

La revista Comunicología de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos (2008: p. 88) cita a Ignacio Ramonet quien dice: “Una de las consecuencias de la informatización es la llamada Revolución Digital y tiene, para la comunicación, la importancia que tuvo la invención de la imprenta en 1440 ya que es, probablemente, más importante”.

Entre los avances más espectaculares dentro de las comunicaciones (comunicación de datos) se encuentran las computadoras u ordenadores. Desde la aparición de las computadoras digitales en la década de 1940, éstas se han introducido en los países desarrollados en prácticamente todas las áreas de la sociedad (industrias, negocios, hospitales, escuelas, transportes, hogares o comercios).

Mediante la utilización de las redes informáticas y los dispositivos auxiliares, el usuario de un ordenador puede transmitir datos con gran rapidez. Estos sistemas pueden acceder a multitud de bases de datos. Desde la línea telefónica se puede acceder a toda esta información y visualizarla en pantalla o en un televisor convenientemente adaptado.

El diagnóstico para la estrategia de comunicación efectiva para la Dirección de Comunicación Social de la Municipalidad de Villa Nueva, busca mostrar al personal de la institución y habitantes de Villa Nueva, cómo la denominada era digital está transformando el campo de la comunicación social, brindándole (dentro del mundo analógico)

Nuevas herramientas de comunicación electrónicas de las cuales se desprende el uso del correo electrónico, foros y chats de los que aún se desconoce el potencial comunicacional que tienen.

2.2. OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN:

2.2.1 Objetivo General:

Fortalecer el nivel de interacción y retroalimentación del personal de campo con los colaboradores municipales.

2.2.2 Objetivos Específicos:

- a. Formar recurso humano, capaz de comunicarse efectiva y eficaz, con las entidades, capacitando, demostrando, evaluando la comunicación que se tiene ante las propuestas de comunicación social en sus diferentes aplicaciones.
- b. Proporcionar una pronta respuesta a la comunicación entre ambas direcciones, acerca de las necesidades de conocimiento e información en el área.

c. Proponer herramientas teórico-metodológicas que permitan al personal y colaboradores a aplicar los conocimientos laborales de sus áreas.

d. Implementar de material informático de apoyo para personal en distintas áreas.

e. Incentivar la capacitación para proponer soluciones a los problemas comunicacionales de la Dirección de Comunicación Social con colaboradores municipales.

2.3. PÚBLICO OBJETIVO

Interno: Personal de la Dirección de Comunicación Social de la Municipalidad de Villa Nueva.

Externo: Colaboradores municipales, maestros de música, producción de video, artesanos, cocineros, médicos, en el área de Implementación Pública.

Aspectos Geográficos:

Dirección de Comunicación Social (personal de campo), en la institución de la municipalidad zona 1 de villa nueva, colaboradores municipales, en el área de trabajos sociales en el área del Nuevo mercado municipal de Villa nueva. Guatemala.

2.4. MENSAJE

El mensaje que comunicará la capacitación es: "Capacitación = Más Conocimiento = Mejores Oportunidades = Mejor comunicación", aunado a las ventajas de los manuales de conocimiento del área y sus formas en que el grupo se interese por mantener una comunicación efectiva y eficaz entre ambas direcciones.

2.5. ESTRATEGIAS Y ACCIONES

- Campaña informativa: Los equipos tienen que sentarse a discutir qué es lo que quiere lograr con ella, cómo se conseguirá, qué límite de tiempo se pondrán, cómo es la comunicación interna de la institución, cómo pueden mejorarla y qué pueden conservar.

Estas preguntas y respuestas los ayudarán a planear mejor la interacción y distribución de información.

2.6. ACCIONES DE COMUNICACIÓN:

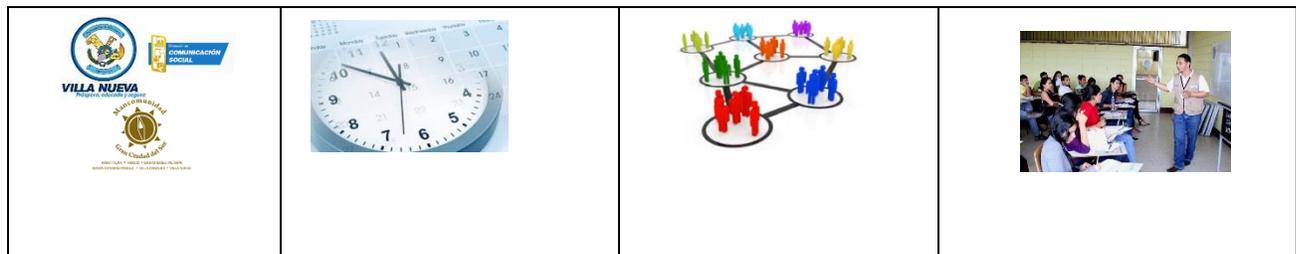
- Campaña de capacitación (charla por capacitador): Recibir retroalimentación por parte de los empleados municipales, ayudara a mejorar el desempeño del personal y a darse cuenta de los elementos que no funcionan en su comunicación diaria en la institución

Es importante escuchar sus ideas y considerarlas. No se puede ser un colectivo que apuesta por la innovación si no se aceptan nuevas propuestas; asegura que los colaboradores tengan a su disposición los canales adecuados para que difundan sus ideas.

- Creación de manual de apoyo (información de personal y áreas): La experiencia y conocimiento en el área de trabajo no funciona para todos, es importante garantizar a los colaboradores tener la oportunidad de conocer, informarse y apoyarse en documentos de la institución que describan con quien pueden comunicarse para poder solventar un problema o tener un directorio telefónico de los encargados de áreas para una pronta comunicación.
- Creación de sistema de comunicación interna (redes, mail interno): Las actividades de la institución, tienen gran interés a los colaboradores. Los colaboradores pueden utilizar las redes sociales y etiquetar el perfil de la institución para hacer saber si es verídica la información que se ha publicado y si es conocida por otras personas, mejorando el comunicado y el conocimiento de actividades o de retro alimentación, estimulando la información y motivación de los colaboradores.

2.7. FORMATO DE ACCIONES

Acción 1	
A qué estrategia responde la acción	Campaña Informativa
Problema	Falta de actualización y divulgación de la información de personal de campo en los canales digitales, bajo nivel de interacción con colaboradores municipales hacia las actividades o información de interés para esas áreas.
Producto	Junta Mesa de Trabajo de las actividades de la Dirección de Comunicación Social y del Canal de Producción Televisiva.
Objetivo Comunicacional	Dar a conocer los programas del área de Comunicación reflejando una mejora comunicacional para captar más interacción y retroalimentación.
Tipo de Mensaje	Informativo.
Público Objetivo	Externo. Colaboradores Municipales que requieren información de actividades mensuales y redes sociales.
Medio de difusión	Junta de Mesa de Trabajo 1 a 2 veces por semana.



Proyecto: Supervisión de redes sociales, blogs de opinión, sondeo de programas y actividades por realizar. A cargo de epesista Erwin Morales, abril 2019.

2.8. CHARLA / CAPACITACIÓN

Acción 2	
A qué estrategia responde la acción	Campaña de capacitación.
Problema	Falta de retroalimentación e interacción entre personal de campo y colaboradores municipales. Falta de organización y divulgación de la información en canales digitales.
Producto	Charla sobre cómo tener una comunicación efectiva entre colaboradores de labor en la Dirección de la Municipalidad de Villa Nueva.
Objetivo Comunicacional	Capacitar a personal, a través de la charla en la cual como debería de ser la transmitida la información que requieren los colaboradores municipales con la Dirección de Comunicación Social, para crear eficiencia al momento de comunicarse en ambas direcciones.
Tipo de Mensaje	Informativo
Público Objetivo	Externo e Interno. Generar interés y fluidez comunicacional.
Medio de difusión	Charla con capacitador

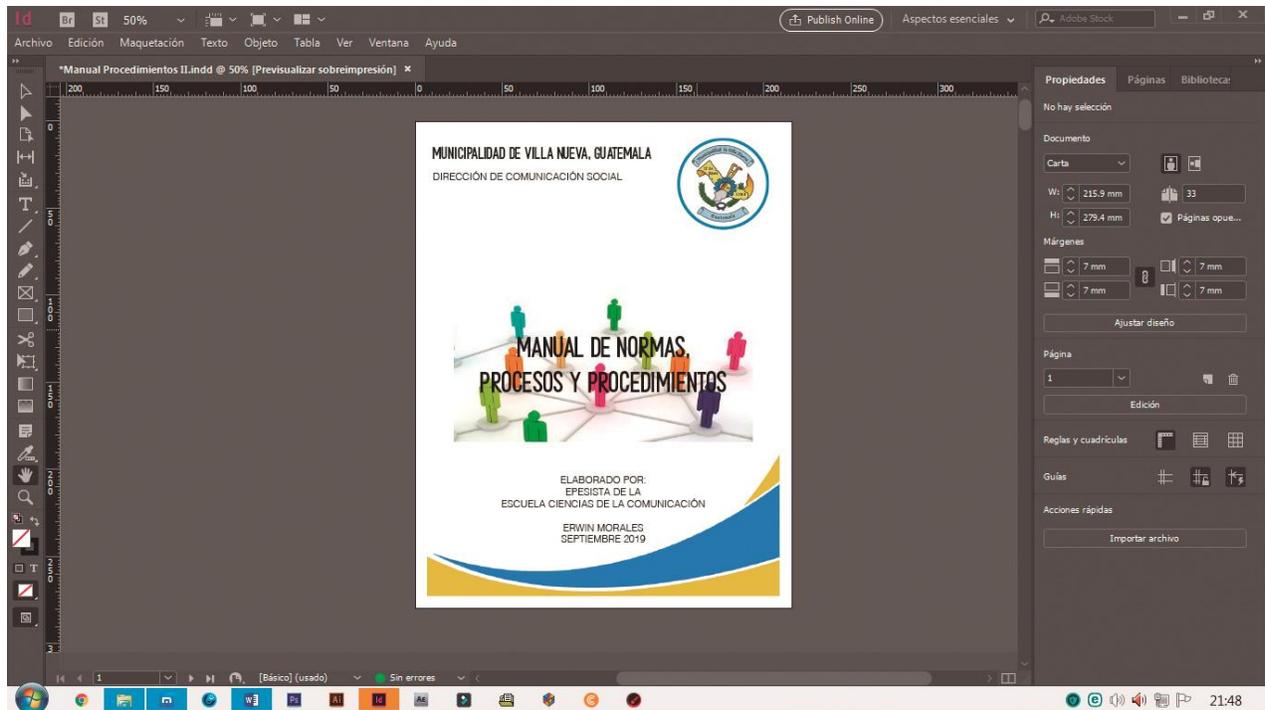
Proyecto: Capacitación de comunicación efectiva, para personal de la Dirección de Comunicación Social de la Municipalidad de Villa Nueva. A cargo de Capacitador Mar Enamorado, abril 2019.



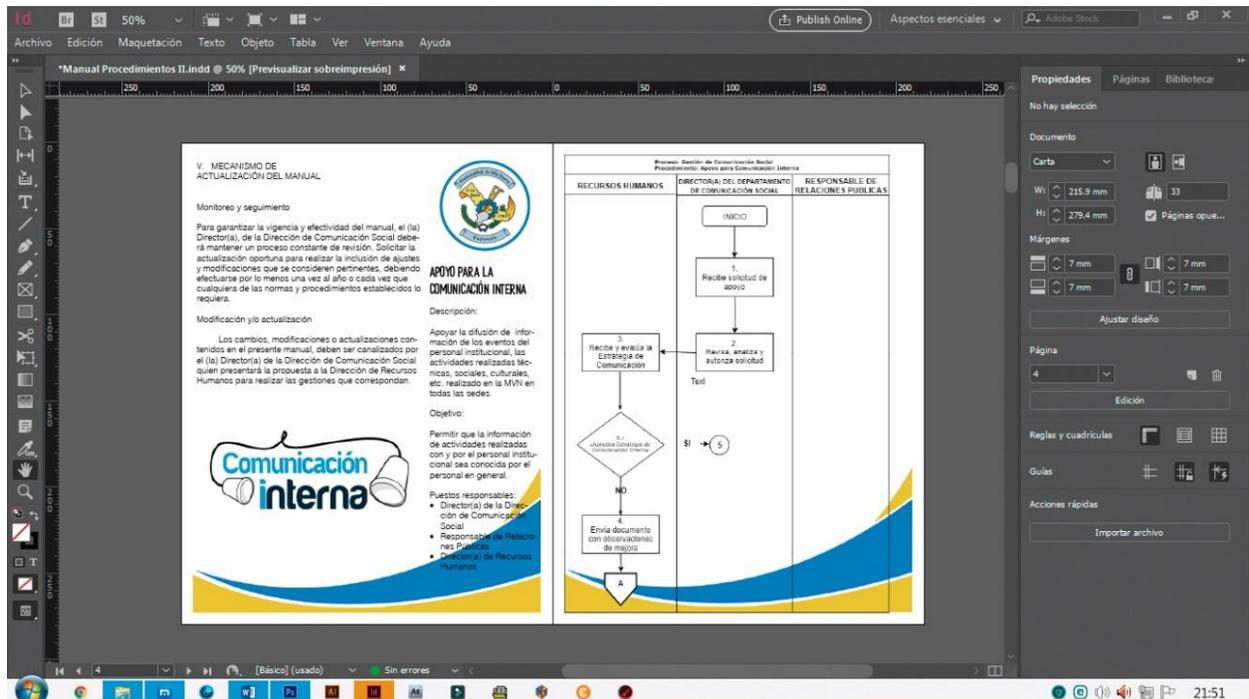
2.9. MANUAL DE NORMAS, PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS

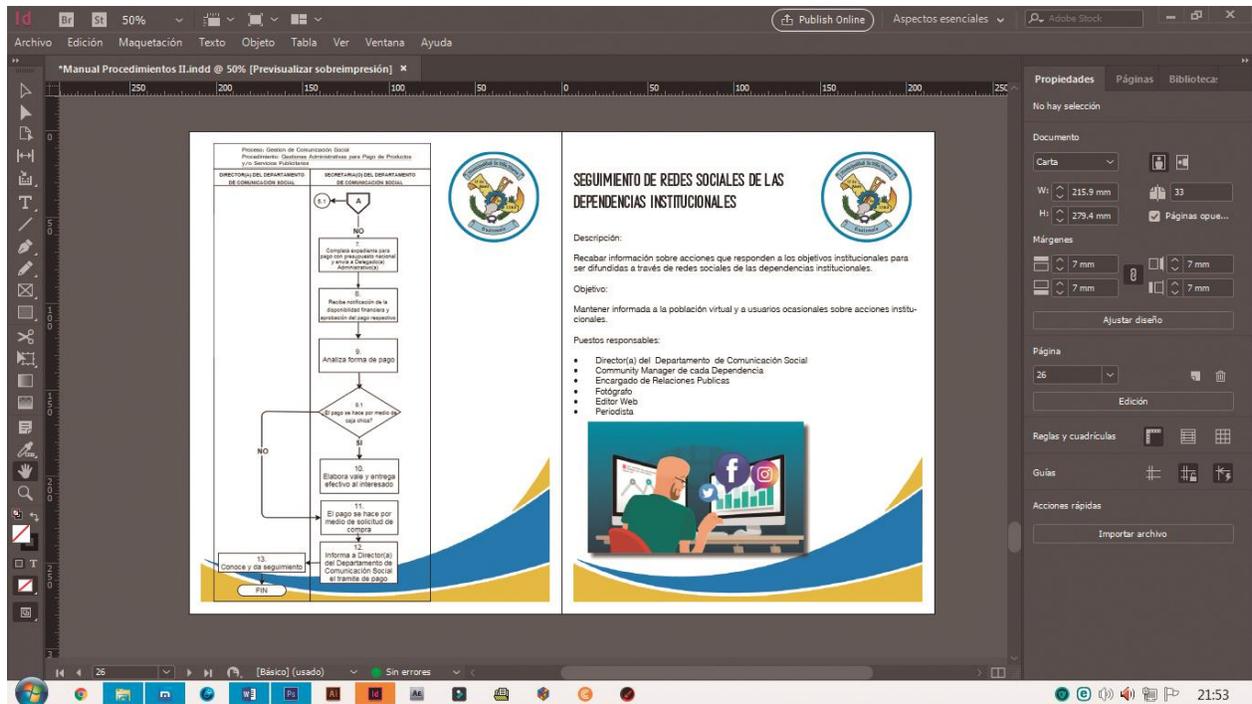
Acción 3	
A qué estrategia responde la acción	Creación de material gráfico de apoyo
Problema	Falta de manuales, infografías, entre otros; en la divulgación de la información de actividades en canales digitales y bajo nivel de interacción y conocimiento entre colaboradores y personal de campo.
Producto	Materiales visuales (Infografías, Manuales)
Objetivo Comunicacional	Divulgar la información de actividades entre la dirección de comunicación social y colaboradores municipales, proyectando material de apoyo, actualizado, profesional y estandarizado de la Dirección de Comunicación para mejorar el nivel de interacción informática.
Tipo de Mensaje	Informativo.
Público Objetivo	Externo. Interesados que busquen información en internet.
Medio de difusión	Página web, redes sociales, correo electrónico y material físico.

Proyecto: Elaboración de manual de apoyo para colaboradores municipales, para poder tener un mejor manejo de información entre colaboradores municipales. A cargo de epesista Erwin Morales, abril 2019.

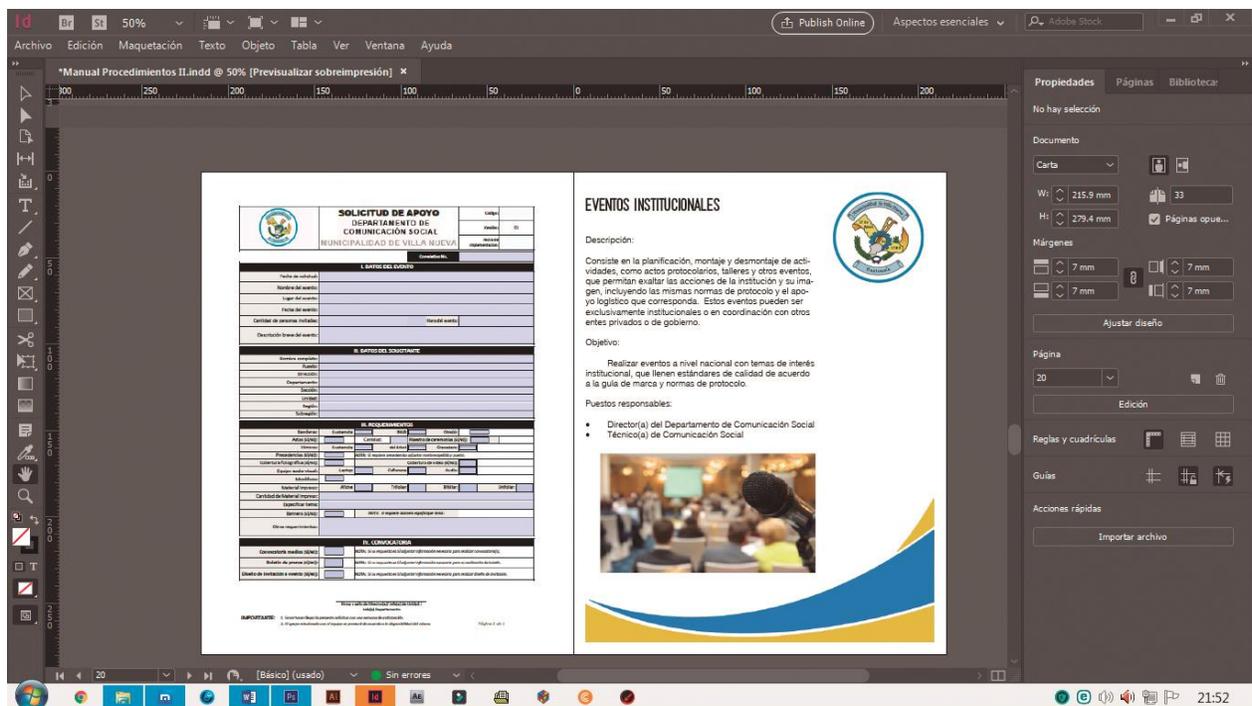


Proyecto realizado por Epesista Erwin de Jesús Morales Morataya, Julio 2019 Manual de Procesos y Procedimientos





Proyecto realizado por Epesista Erwin de Jesús Morales Morataya, Julio 2019 Manual de Procesos y Procedimientos



Proyecto a cargo de Epesista Erwin de Jesús Morales Morataya, Julio 2019 Manual de Procesos y Procedimientos

2.10. CREACIÓN DE CINTILLOS DE PRESENTACIÓN

Acción 4	
A qué estrategia responde la acción	Creación de cintillos de presentación
Problema	Falta de presentación de información por parte de personal en el área de televisión. Y el tipo de información transmitida vía Televisión.
Producto	Cintillos animados, mostrando el puesto y nombre de personal. Nombre del programa transmitido, junto al logo de dicho programa.
Objetivo Comunicacional	Divulgar quien está a cargo del puesto y que tipo de información se estará transmitiendo, para informar lo relevante de la actividad a realizar en la Municipalidad o actividades del Canal Municipal (Villa Nueva TV) obteniendo una comunicación de retroalimentación.
Tipo de Mensaje	Informativo.
Público Objetivo	Externo. Informar a colaboradores la programación.
Medio de difusión	Medio de comunicación masivo, televisión.

Proyecto: Creación de cintillos animados, mostrando el nombre del presentador, su ocupación en la Dirección de Comunicación Social y que tipo de información o programa se está transmitiendo. A cargo de epesista Erwin Morales, abril 2019.



Proyecto realizado por Epesista Erwin de Jesús Morales Morataya, Julio 2019, Cintillos de presentación.

CAPÍTULO III

3. INFORME DE EJECUCIÓN

3.1. PROYECTO DESARROLLADO

“Fortalecer la Comunicación Interna en la Dirección de Comunicación Social con sus colaboradores de la Municipalidad de Villa Nueva del Departamento de Guatemala”

3.1.1. Financiamiento:

Los gastos incurridos durante la ejecución del Fortalecimiento de Comunicación Interna se financiaron en un 100% por parte de la epesista.

3.1.2. Presupuesto:

El presupuesto utilizado para la ejecución de la estrategia de comunicación se describe a continuación:

Descripción de producto o servicio	Cantidad	Costo unitario	Costos
Capacitador Comunicacional	1	Q 3,000.00	Q 3,000.00
Servicios de Diseño gráfico	1	Q 3,000.00	Q 3,000.00
Creatividad	2	Q 1,000.00	Q 2,000.00
Elaboración de Manual	1	Q 1,800.00	Q 1,800.00
Creación de cintillos animados	5	Q 500.00	Q 2,500.00
Impresión de manual de apoyo 30 hojas, full color.	50	Q 50.00	Q 2,500.00
Plan de datos (móvil)	2	Q 199.00	Q 398.00
Social Media Manager (mensual)	1	Q 4,000.00	Q 4,000.00
Depreciación de Laptop	1	Q 3,500.00	Q 3,500.00
Asesoría Comunicacional	22	Q 1,000.00	Q 1,000.00
MONTO TOTAL	-----	-----	Q 23,698.00

3.1.3. BENEFICIARIOS:

Beneficiarios		Beneficio
Primarios	Personas interesadas en saber cómo comunicarse eficazmente a través de procesos esquematizados para la Dirección de Comunicación Social, de la Municipalidad de Villa Nueva	Divulgación de los procesos esquematizados de interés a los colaboradores municipales o personas interesadas a través de cartas, formularios y a quien dirigirse para obtener una respuesta pronta y asertiva.
Secundarios	Personal administrativo de la Dirección de Comunicación Social y Municipalidad de Villa Nueva	Personal Municipal y personas externas al área, la denotación de imagen e información renovada que captaron la atención del interés de colaboradores municipales.
	Coordinadores de área, presentadores de canal de TV	
	Director de la Dirección de Comunicación Social	

Fuente: Epesista Erwin de Jesús Morales Morataya

Fecha: Julio de 2019

3.1.4. RECURSOS HUMANOS

Personal	Cargo	Actividad
Lic. Rodolfo Medina	Director de la Dirección de Comunicación Social	Aprobación de material de apoyo y capacitaciones.
Lic. Ender Casasola	Sub Director y Relaciones Públicas de la Dirección de Comunicación Social	Supervisor, aprobación y apoyo con gestiones realizadas durante EPS.
Lic. Jorge García	Productor/Presentador	Apoyo con gestiones realizadas durante el EPS.
Leonela Vantes	Productora/Presentadora	Apoyo con gestiones realizadas durante el EPS, coordinación de reuniones, proveyendo la información necesaria .
Alberto De León	Camarógrafo/Jefe de Piso	Apoyo durante el EPS 2019.
Byron	Editor	Apoyo con gestiones realizadas durante el EPS.
Erwin Morales	Diseñador/Programador	Apoyo, aprobación de elementos gráficos para su animación.
Erwin Morales	Diseñador/Programador	Supervisión de las etapas del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura.

3.1.5. ÁREA GEOGRÁFICA DE ACCIÓN:

La ejecución del Fortalecimiento de Comunicación Interna se realizó en la Dirección de Comunicación Social, en el área de Estudio de Televisión de Villa Nueva, de la Municipalidad de Villa Nueva del Departamento de la Ciudad de Guatemala, ah cercanías del Mercado Nueva Concepción.

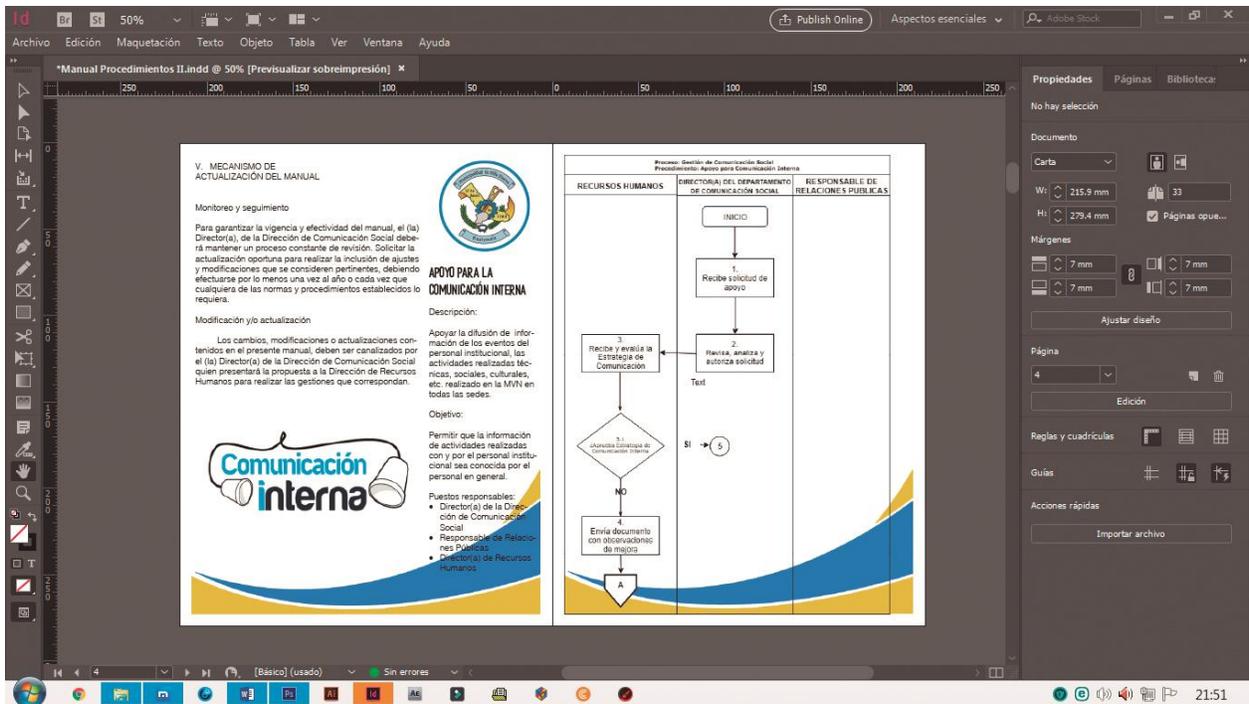
3.2. ESTRATEGIAS Y ACCIONES

- **Estrategia:**

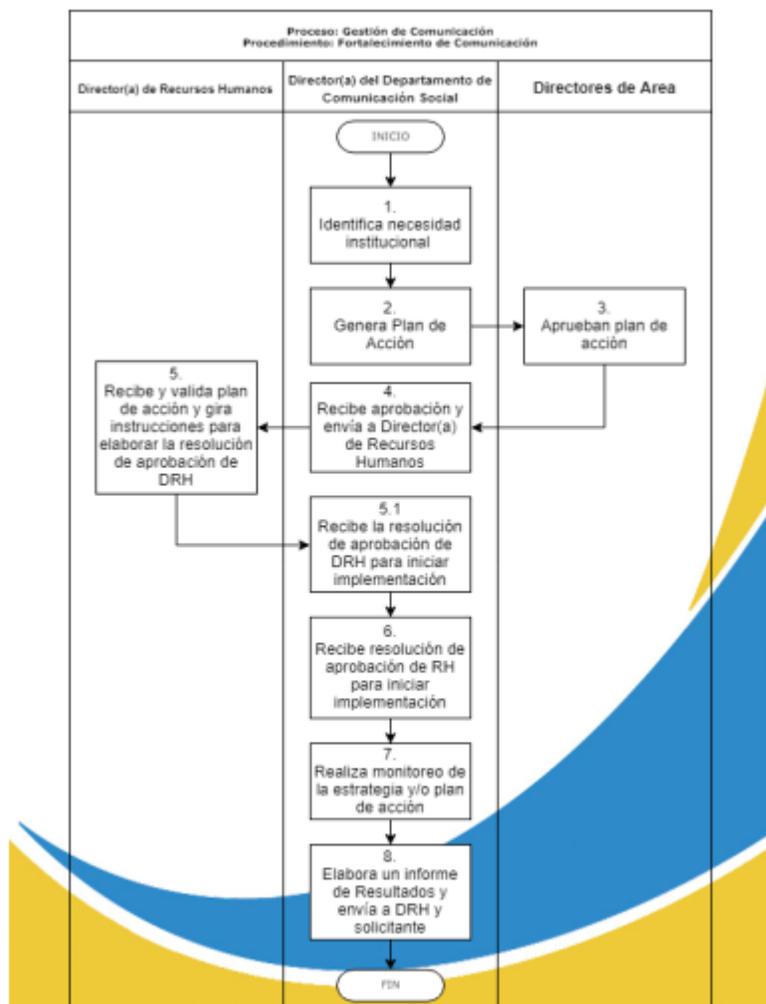
Elaboración de Manual de Procesos y Procedimientos, para la Dirección de Comunicación Social y Estudio de Televisión. Siendo Material de Apoyo para el personal Municipal.

Objetivo Comunicacional:

Dar a conocer maneras esquemáticas para fortalecer la comunicación bidireccional entre personal laboral.



Fuente Epesista: Erwin de Jesús Morales Morataya.



Descripción:

Se realizó un manual con información sobre la metodología, que se debe realizar al momento de proporcionar información o pedir la misma, creando procesos que tienen un control y ayuda al no saber a quién dirigirse y con qué objetivo se implementará, teniendo un orden específico con el cual podrá obtener de mejor manera una comunicación asertiva bidireccional.

Acciones desarrolladas:

Se creó el manual informativo a través de la necesidad del personal de la Dirección de Comunicación Social, para saber a quién dirigirse en tiempos laborales, con el fin de obtener una respuesta asertiva y no errada, apoyándose en el logrando entender las necesidades que se tienen en ciertas áreas, antes de poder tomar acción a una necesidad. Siendo este manual con información específica y con diagramas esquematizando la línea de seguimiento y acción.



MATERIAL IMPRESO

- Informar procesos y procedimientos de implementación laboral
- Medidas 800 x 2000 px
- Distribuido entre colaboradores municipales

CREACIÓN DE CINTILLOS ANIMADOS

- Nombre de personal y su puesto en canal
- Título o nombre del programa, sección transmitido en TV
- Imágenes, Logos de programas transmitidos
- Formato MP4 (fondo negro o sin fondo)

Estrategia:

Creación de cintillos animados, para programas de Televisión, de la Dirección de Comunicación Social y Estudio de Televisión. Siendo Material de Apoyo e informático.

Objetivo Comunicacional:

Dar a conocer que se está informando y que es el representante en ese momento de trasladar la información.

Descripción:

Se realizaron 5 cintillos con información sobre el nombre, puesto del presentador, proporcionando información, creando de esta forma interés de quien es el presentador y que tipo de información se está trasladando, para que puedan sintonizar la televisión con el canal que se está implementando.



Fuente: Epesista Erwin de Jesús Morales Morataya 2019

Acciones desarrolladas:

Se crearon 5 cintillos animados informáticos sobre la programación del programa de televisión. 1 de ellos es para el programa “Que lo Sepa el Mundo” con duración de 3 a 5 segundos, (Visualizando el nombre del presentador y que ejerce en el canal); el segundo, para el programa estelar de la jornada matutina “Arriba Villa Nueva” con duración de 3 a 5 segundos, uno para cada presentador que se coloca en la programación del programa de televisión.

CAPACITACIÓN PARA EFECTIVIDAD COMUNICACIONAL

- Nombre de personal y que acciones realiza
- Demostrar que no se está elaborando con efectividad
- Entender porque se dan los ruidos o la información no correcta

Estrategia:

Capacitación para personal de Televisión y Dirección de Comunicación Social. Logrando el enfoque de como accionar ante situaciones poco asertivas para tener una mejor comunicación grupal. Esta capacitación siendo un punto de comprensión por parte de ambas direcciones de labores.

Objetivo Comunicacional:

Dar a conocer que si se trabaja unificados se pueden obtener mejoras emocionales, como verbales, para saber cómo apoyarse entre colaboradores municipales.

Descripción:

Se realizó una plática de 1 hora en el estudio de televisión; donde el expositor, expondrá las falencias entre empleados o personal de la Dirección de Comunicación Social. Al no tener una ampliación comunicacional entre ellos, mostrando sus ejes de bloqueo de comunicación, verbal, no verbal y de señas.

Master Mar Enamorado capacitadora de personal y aplicación de Comunicación Asertiva para el mejoramiento humano.

Personal Canal Villa Nueva TV
capacitación de Comunicación
Asertiva en el ambiente de trabajo.



Acciones desarrolladas:

Actividad	Objetivo	Incentivos
Comunicación laboral	Demostrar cómo es la comunicación entre compañeros de trabajo, maneras de comunicarse y las falencias de no tener retroalimentación.	Reconocimiento de capacitación con un diploma
Cumplimiento Comunicacional	Proporcionarles un beneficio de exaltación a la buena comunicación en su área de trabajo.	Reconocimiento laboral
Comunicación Eficaz y Eficiente	Realizada mediante la utilización de las infografías y utilización de nuevo material de apoyo.	Reconocimiento al mejor comunicador
Recreación de actividades en grupo	Evaluar el crecimiento de comunicación entre ambas áreas laborales.	Organización de desayunos o almuerzos

Hora	15:00 pm o 16:00 pm
Lugar	Sede estudio de canal municipal de la municipalidad de villa nueva
Expositor	María del Mar Enamorado
Tema	Comunicación Asertiva

Fuente: Epesista Erwin de Jesús Morales Morataya. Julio 2019

3.3 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Actividad	Mes	Junio				Julio			
	Semana	1	2	3	4	1	2	3	4
Recopilación de información de encuestas		■							
Organización de información para elaboración de contenido impreso (Manual de apoyo)		■							
Recopilación de información de colaboradores municipales			■						
Organización de información de la Municipalidad de Villa Nueva (Dirección de Comunicación Social)			■	■					
Entrevista con nuevo Director de Comunicación Social			■	■					
Envío de Plan de Comunicación			■	■					
Elaboración de material gráfico para creación del manual apoyo			■	■					
Estructura de manual de apoyo					■				
Elaboración de manual de apoyo para Dirección de Comunicación Social Municipalidad de Villa Nueva						■			
Reunión con Director de Comunicación Social primer vista a Diseño de manual de apoyo y Plan de Comunicación						■			
Presentación de Manual de apoyo y cintillos informativos para canal municipal							■		
Finalización de fase de ejecución de EPSL								■	■

Fuente: Epesista Erwin de Jesús Morales Morataya Julio 2019

3.4. CONTROL Y SEGUIMIENTO

Elaboración de Manual de Procesos y Procedimientos	
Acción	Indicadores Cualitativos
<p>Dar a conocer maneras esquemáticas y efectivas para la mejora comunicacional entre varias vías de comunicación entre personal laboral.</p>	<p>Imagen Institucional, uso rápido y de fácil lectura para ser visualizada en cualquier momento por las personas interesadas.</p> <p>El dejar de actualizar el manual y darle seguimiento en cada etapa de organización y si la exigencia es menor a lo esperado.</p>

Creación de cintillos animados	
Acción	Indicadores Cualitativos
<p>Dar a conocer que se está informando y que es el representante en ese momento de trasladar la información.</p>	<p>Mejor presencia en tv, interés por el observador e imagen profesional.</p> <p>El no darle actualización en temporadas determinadas usando solo el mismo esquema e imagen.</p>

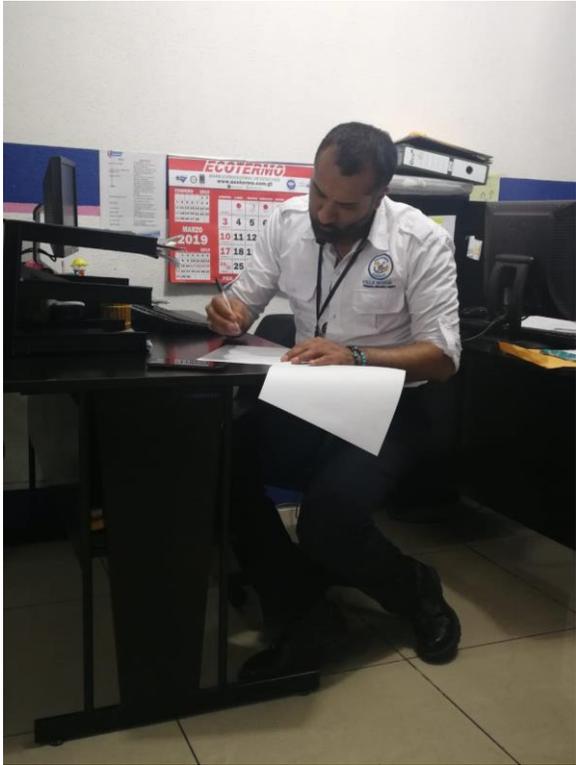
Capacitación para efectividad comunicacional	
Acción	Indicadores Cualitativos
Capacitaciones mensuales o semanales dependiendo del interés en realizarlo por parte de la institución.	<p>Demostrar que si se trabaja conjuntamente como grupo de trabajo pueden lograr mejoras emocionales, verbales, para saber cómo apoyarse entre colaboradores municipales.</p> <p>El dejar de realizar capacitaciones en determinado tiempo y dejar a un lado la comunicación pronta y de interés entre colaboradores.</p>

Campaña Informativa Junta Mesa de Trabajo	
Acción	Indicadores Cualitativos
Junta de Mesa de Trabajo a principios o finales de cada semana obteniendo información y mejora de captación de actividades a realizar.	<p>Comunicación entre personal reflejando una mejora comunicacional para captar más interacción y retroalimentación de información y programas de actividades.</p> <p>El dejar de realizar las mesas sin los representantes de mayor rango ya que a través de ellos se toman decisiones y puntos de vista en mejoramiento de organización e información.</p>

Fotos de consulta a colaboradores municipales y personal de campo



Colaboradores municipales en el área de Producción Canal de Villa Nueva





Realización de encuesta ah colaboradores municipales.



Fuente: Epesista Erwin de Jesús Morales Morataya, junio 2019.

CONCLUSIONES

- Los materiales visuales y de apoyo informativo, presentados entre el personal de la Dirección de Comunicación Social y Canal de Villa Nueva, otorgaron a los programas una imagen actualizada, profesional y estandarizada que informó y continuará informando ampliamente a las personas interesadas.
- Se generó interés en personal de la institución el material de apoyo.
- A través del trabajo de Social Manager se logró generar contenido amplio y de interés, brindando correcciones que debían hacer al momento de tener presencia en medios de comunicación masiva y un servicio al cliente que alcanzó una mayor interacción, logrando la mejora comunicacional entre los empleados municipales.
- La comunicación asertiva a través de mesas de trabajo, permitió comunicar de forma más directa, aprovechando el tiempo y espacio para poder generar mayor organización entre compañeros de labores como también personal de otras áreas de comunicación con la Dirección de Comunicación Social (Canal de Villa Nueva).

RECOMENDACIONES

- Asignar a una persona que se encargue de la comunicación externa, que recabe información con la que genere contenido (Material visual y audiovisual) para divulgar a través de los canales digitales.
- Asignar a una persona como recepcionista ya que durante este proyecto la falta de personal, genera bloqueos de información y organización entre personal de la organización de comunicación masiva, con esta persona podrán tener orden y estructura de actividades e información de importancia que deba ser trasladada al coordinador del área.
- Mejorar el equipo de planta ya que sin ello no podrán dar una mejor divulgación y alcance a un número mayor de personas que estén interesadas en los servicios, actividades y sucesos que se den en el área de Villa Nueva.
- Brindar más información, presencial a personal, con capacitadores sobre la mejora de comunicación, para ampliar el desenvolvimiento de personal como también la atracción del interés por parte de personal municipal.
- Implementar una bases de datos y respuestas automáticas, para realizar comunicaciones masivas adaptadas a correos electrónicos, dar seguimiento directo a través de correo electrónico y hacer uso de las indicaciones que se dieron en el Manual de Proceso y Procedimientos realizado durante las fases de este proyecto (Diagnóstico y Ejecución del EPS 2019) para tener una mejora en la administración de información del lugar.

GLOSARIO DE TÉRMINOS

1. **Acción:** Ejercicio de la posibilidad de hacer. Resultado de hacer. Efecto que causa un agente sobre algo.
2. **Beneficiario:** Dicho de una persona: Que resulta favorecida por algo.
3. **Canal:** m. Ling. Conducto físico por el que circula el mensaje.
4. **Canales digitales:** Composición de plataformas como la página web, estrategia en las redes sociales, correo electrónico y aplicaciones para móviles.
5. **Comunicación:** Transmisión de señales mediante un código común al emisor y al receptor. Medio que permite que haya comunicación (unión) entre ciertas cosas.
6. **Correo electrónico:** Sistema de transmisión de mensajes por computadora a través de redes informáticas.
7. **Diagnóstico:** El diagnóstico (del griego *diagnostikós*, a su vez del prefijo *día-*, "a través", y *gnosis*, "conocimiento" o "apto para conocer") alude, en general, al análisis que se realiza para determinar cualquier situación y cuáles son las tendencias. Esta determinación se realiza sobre la base de datos y hechos recogidos y ordenados sistemáticamente, que permiten juzgar mejor qué es lo que está pasando.
8. **Digital:** Dicho de algunos medios de comunicación, especialmente de prensa, que se publican en internet o en un formato electrónico.
9. **Encuesta:** Conjunto de preguntas tipificadas dirigidas a una muestra representativa de grupo sociales para averiguar estados de opinión o conocer otras cuestiones que les afectan.

10. **Ejecución:** Ejecutar, llevar a la práctica, realizar.
11. **EPS:** Ejercicio Profesional Supervisado.
12. **Estrategia:** Una planificación de algo que se propone un individuo o grupo.
13. **Financiamiento:** m. Acción y efecto de financiar.
14. **Financiar:** tr. Sufragar los gastos de una actividad, de una obra, etc.
15. **Interesado(a):** Que tiene interés en algo.
16. **Método:** Modo de decir o hacer con orden.
17. **Metodología:** Conjunto de métodos que se siguen en una investigación científica o en una exposición doctrinal.
18. **Observar:** Mirar con atención y recato.
19. **Observación:** Acción y efecto de observar.
20. **Organigrama:** Sinopsis o esquema de la organización de una entidad, de una empresa o de una tarea.
21. **Plan:** Modelo sistemático de una actuación pública o privada, que se elabora anticipadamente para dirigirla o encauzarla.
22. **Proyecto:** Designio o pensamiento de ejecutar algo. Primer esquema o plan de cualquier trabajo que se hace a veces como prueba antes de darle forma definitiva.

23. **Red social:** Plataforma digital de comunicación global que pone en contacto a gran número de usuarios.
24. **USAC:** Universidad de San Carlos de Guatemala.
25. **DCS:** Dirección de Comunicación Social

BIBLIOGRAFÍA

- Elizondo, M. (1990). Asertividad y escucha activa en el ámbito académico. México: Trillas, Universidad Virtual, ITESM.
- Hernández, R., Fernández, C., Baptista, M. P. (2014) Metodología de la Investigación Sexta Edición. Ciudad de México, México. Editorial MC GRAW HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Piloña, G. A. (2016) Guía Práctica sobre Métodos y Técnicas de Investigación Documental y de Campo. Ciudad de Guatemala, Guatemala. Editorial Litografías CIMGRA, Centro de Impresiones Gráficas.
- Roberto Hernández Sampieri (2014) Metodología de la investigación. Ciudad de México, México. Editorial MC GRAW HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Hernández, R., Fernández, C., Baptista, M. P. (2014) Metodología de la Investigación Sexta Edición. Ciudad de México, México. Editorial MC GRAW HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Piloña, G. A. (2016) Guía Práctica sobre Métodos y Técnicas de Investigación Documental y de Campo. Ciudad de Guatemala, Guatemala. Editorial Litografías CIMGRA, Centro de Impresiones Gráficas

E-GRAFÍA

- (2018) Municipal de Villa Nueva. Municipalidad. Recuperado de <https://www.villanueva.gob.gt/>
- Diccionario de la Real Academia Española (Fecha de consulta: agosto de 2018). Disponible en: <https://www.rae.es/>
- Nuevas Tecnologías “Los Canales Digitales en una Empresa” (Fecha de consulta: agosto de 2018). Disponible en: <http://www.legaltoday.com/gestion-del-despacho/nuevas-tecnologias/articulos/los-canales-digitales-en-una-empresa>
- Tecnicas de comunicación Asertiva. Disponible en : <https://www.divulgaciondinamica.es/blog/tecnicas-comunicacion-asertiva/>

ANEXOS



Proceso: Junta con Director de la Dirección de Comunicación Social, mostrando el manual de procesos y procedimientos para la utilización en el área. Fuente: Epesista Erwin de Jesús Morales Morataya.



Fuente: Epesista Erwin de Jesús Morales Morataya. Junio 2019



Proceso: Demostración de diseño e información de Manual de Procesos y Procedimientos al Director de la Dirección Comunicación Social de la Municipalidad de Villa Nueva. Fuente: Erwin de Jesús Morales Morataya.



Capacitadora Mar Enamorado, Capacitación sobre la Comunicación Asertiva, efectiva en el ámbito Laboral. Fuente Epesista Erwin Morales Morataya.



Capacitación a personal de Cana 1 de Villa Nueva, Dirección de Comunicación Social de la Municipalidad de Villa Nueva.

Fuente: Epesista Erwin de Jesús Morales Morataya agosto 2019.



Capacitación Comunicación Asertiva, efectiva en el ámbito laboral.

Fuente: Epesista Erwin de Jesús Morales Morataya agosto 2019.



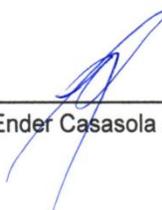
Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura 2019

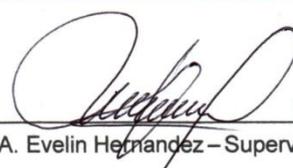


Ficha de Registro de horas de Práctica Profesional Supervisada

Nombre del Alumno (a): Erwin de Jesús Morales Morataya
No. Carné y DPI: 200721532 / 2494114660101
Jefe o Encargado (a): Licenciado en Comunicación, Ender Casasola, Relaciones Publicas.
Institución o Empresa: Departamento de Comunicación Social
 Municipalidad de Villa Nueva.
Supervisor de EPSL: M.A. Evelin Hernandez

Sem. No.	Fechas	MES	HORAS PRACTICADAS					Total horas en la Semana
			Lun.	Mar.	Mier.	Jue.	Vie.	
1	Del: 14 / Al: 19	Mayo	5	5	5	5	5	25 hrs.
2	Del:03 / Al: 07	Junio	5	5	5		5	20 hrs.
3	Del:10 / Al:14	Junio	4	4	4	4	4	20 hrs.
4	Del: 17/ Al: 21	Junio	4	4	8	8	8	32 hrs.
5	Del: 24/ Al: 28	Junio	4	4	8	8	8	32 hrs.
6	Del: 01/ Al: 05	Julio	8	8	8	8	8	40 hrs.
7	Del: 08/ Al: 12	Julio	8	8	8	8	8	40 hrs.
8	Del: 15/ Al: 19	Julio	8	8	8	8	8	40 hrs.
9	Del: 22/ Al: 26	Julio	8	8	8			24 hrs.
10	Del: 29/ Al: 02	Agosto	8	8		8	8	32 hrs.
TOTAL DE HORAS DE PRÁCTICA REGISTRADAS								305 hrs.

(f)  
 Lic. Ender Casasola / sello (a) o Encargado

(f)  
 M.A. Evelin Hernandez – Supervisor EPSL