

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO DE LICENCIATURA



**“DIAGNÓSTICO Y ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN
EXTERNA PARA EL DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN
SOCIAL DE LA POLICÍA NACIONAL CIVIL DE GUATEMALA”**

RUDY ARIEL AROCHE RAMÍREZ

LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Guatemala, octubre de 2020



UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN



EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO DE LICENCIATURA

**“DIAGNÓSTICO Y ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN EXTERNA PARA EL
DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA POLICÍA NACIONAL
CIVIL DE GUATEMALA”**

Informe Final del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura

Presentado al Honorable Consejo Directivo por:

RUDY ARIEL AROCHE RAMÍREZ

Previo a optar el título de:

LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Asesora:

M.A. EVELIN HERNÁNDEZ

Guatemala, octubre de 2020



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



Director

Lcdo. César Augusto Paiz Fernández

Consejo Directivo

Representantes Docentes

M.A. Gustavo Alfonso Yela Fernández

M.A. Silvia Regina Miranda López

Representantes Estudiantiles

Gabriela Eugenia Menegazzo Cu

Heber Libni Emanuel Escobar Juárez

Representante de Egresados

M.Sc. Ana Cecilia del Rosario Andrade de Fuentes

Secretario

M.A. Héctor Arnoldo Salvatierra

Comisión de EPS de Licenciatura

Coordinador

Dr. José María Torres Carrera

Supervisora

M.A. Evelin Morazán Gaitán

Supervisor

Lcdo. Luis Fernando Lucero

Supervisor

M.A. Marvin Sarmientos Yuman

Supervisora

M.A. Evelin Hernández

Supervisora

Lcda. Krista María Ramírez

Supervisora

Lcda. Brenda Yanira Chacón Arévalo

Supervisores

Lcdo. Mynor René Martínez y

M.A. Edgar Martínez García



Guatemala, octubre 16 de 2020

Estudiante Epesista de Licenciatura
Rudy Ariel Aroche Ramírez
Carné no. 200916542
Presente.

Para su conocimiento y efectos se hace constar que:

Luego de evaluado su trabajo académico impreso y de manera virtual titulado: **“Diagnóstico y estrategia de comunicación externa para el departamento de Comunicación Social de la Policía Nacional Civil de Guatemala”**. Y de haber sustentado el examen privado y defensa de su proyecto de EPS de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, se aprueba por Unanimidad por parte del Tribunal Examinador. Se autoriza el trabajo final en el Acta de cierre respectiva e impresión de su trabajo final de EPSL en un número de 5 ejemplares impresos que deberá entregar a las instancias respectivas indicadas; así como 3 CD's con el documento incluido con el formato PDF los cuales deberá entregar a la Biblioteca Flavio Herrera, Biblioteca Central y a la Coordinación de EPSL de la E.C.C.

Sin más que hacer constar:

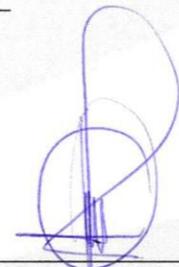
“ID Y ENSEÑAD A TODOS”



M.A. Evelin Hernández
Supervisora



M.A. Evelin Morazán
Supervisora



Dr. José María Torres Carrera
Coordinador





Guatemala 21 de mayo del 2020
EPSL-C95-2020

Licenciado:
Edwin Oswaldo Monroy
Policía Nacional Civil Zona 1
Ciudad Guatemala.

Distinguido Licenciado Monroy:

Por medio de la presente se solicita aceptar como practicante del programa de graduación del EPS de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, al estudiante **Rudy Ariel Aroche Ramírez**, carné no. **200916542** quién manifestó su deseo de hacer Práctica Supervisada de forma *virtual*, no *presencial*, en su institución. Por disposiciones superiores en la Universidad de San Carlos de Guatemala, para el efecto se requiere lo siguiente:

- Extenderle, por favor una carta de aceptación y trabajar por *medios electrónicos y plataformas virtuales*.
- Facilitarle los materiales para hacer su práctica.
- Aceptar que dentro del Plan y Estrategia de Comunicación del 2020 de su institución, y que el estudiante tenga la oportunidad de hacer un diagnóstico con *medios electrónicos o plataformas virtuales*, elaborar un plan y ejecutar una estrategia, que ayude al proceso de comunicación Interna o Externa de su institución.
- Autorizar que se supervise el Ejercicio Profesional –EPSL. cuando las condiciones sanitarias lo permitan por la emergencia Sanitaria actual por el COVID-19.
- Que se autorice el informe final de resultados de dicha investigación.

Atentamente,



"ID Y ENSEÑAR A TODOS"

Dr. José María Torres Carrera
Coordinador EPS Licenciatura en Ciencias de la Comunicación

cc. Archivo
MA. Evelin Morazán

Escuela de Ciencias de la Comunicación
Edificio M2, Ciudad Universitaria USAC
Zona 12, Ciudad de Guatemala, C.A.

www.comunicacion.usac.edu.gt

(502) 2418-8920





Guatemala, 07 de Julio de 2020
Oficio No. 178-2020
Ref. EOM/nvbr

**ASUNTO: INFORMANDO DE ACEPTACIÓN DE EJERCICIO
PROFESIONAL SUPERVISADO**

De manera atenta me dirijo a usted, con el objeto de informarle que está autorizado para que realice el Ejercicio Profesional Supervisado, del estudiante **Rudy Ariel Aroche Ramírez**, a quien se le brindará el apoyo necesario y la autorización de la supervisión que se deba de realizar.

Sin otro particular reitero a usted, mi respeto.


Subsecretario de Policía
Policía Nacional Civil
Departamento de Comunicación Social
Policía Nacional Civil

Doctor:
JOSÉ MARIA TORRES CARRERA
Coordinador de EPS
Licenciatura en Ciencias de la Comunicación
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Universidad de San Carlos de Guatemala
Presente.



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

Dedicatoria

A Dios

Por darme la existencia, el bienestar y la sabiduría para guiar mi camino con paso firme hacia este punto de éxito.

A mis padres

Tomas y Celia, a quienes con su esfuerzo, amor y paciencia me enseñaron a ser un hombre de bien, y sobre todo por fundar las bases sólidas de mi conocimiento y de mi ser; los amo papá y mamá.

A mi esposa

Lisette Lacayo, por ser es un pilar principal en mi vida y por llenarme de fuerza y amor, este logro es compartido al apoyarme en todo lo que necesité para hacer posible este sueño, y sobre todo por ser esa acompañante incondicional a quien amo.

A mi hijo

Por ser mi fuente de amor e inspiración, de quien quiero ser un ejemplo a seguir, y que tenga un referente para buscar el éxito y la felicidad, te amo Matías.

A mis hermanos

Guillermo y Javier, por ser mi apoyo y ejemplo de perseverancia por realizar bien todo lo propuesto y también por todo el cariño que me brindan siempre, los quiero.

A mis abuelos

Por qué son las raíces de todos los valores, esfuerzo, amor y enseñanzas que mis padres recibieron para heredar en mi vida.

A mis tíos y primos

Por todos esos ejemplos de valores morales y éticos a seguir y por todos esos momentos de felicidad compartidos en mi vida desde mi infancia hasta hoy.

Agradecimiento

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

Por ser esa fuente de sabiduría que iluminó cada paso realizado, además, por ser ese lugar tan especial que me brindó y sigue brindando momentos muy felices y agradables.

A mi asesora Master Evelin Hernández

Por su disponibilidad de apoyarme siempre de manera profesional y sobre todo por el apoyo que me brindó en la realización y finalización de este proyecto, Dios la bendiga siempre.

A mi primera asesora Licda. Brenda Chacón

Por todo ese apoyo brindado desde el inicio, por dirigirme con el fin de fundar las bases de este proyecto, muchas gracias por la paciencia, dedicación y el tiempo que nos compartió; sin duda este trabajo fue mejor de lo que esperaba, gracias a su ayuda, Dios la bendiga por siempre.

Al Doctor José Torres y a la Master Evelin Morazán

Por ser unos excelentes coordinadores en la realización del proyecto de EPS 2020 a pesar de las dificultades causadas por la Pandemia del Covid 19, sin duda son ejemplo de profesionalismo a seguir, Dios los bendiga.

Al departamento de Comunicación Social de la Policía Nacional Civil,

Por darme la oportunidad de hacer posible este proyecto en esta digna institución; y especialmente a los licenciados Edwin Monrroy y Jorge Aguilar Chinchilla por brindarme su apoyo de manera profesional.

A Jorge Mario Loarca

Por ser ese amigo incondicional que me apoyó desde un inicio en toda la realización de este proyecto, Dios te bendiga siempre por todo ese conocimiento compartido, ayuda y por cada palabra de aliento.

A mis amigos

Oscar Barillas, Macliver Portillo y Dunia Salazar por apoyarme incondicionalmente ara hacer posible este proyecto, Dios los bendiga.

Índice

Introducción	I
Antecedentes	III
Justificación	V
Capítulo I	1
1. Institución	1
1.1 Perfil de la Institución	1
1.2 Ubicación Geográfica.....	1
1.3 Integración y alianzas estratégicas	2
1.4 Origen e historia	2
1.5 Departamentos y Dependencias	4
1.6 Misión.....	6
1.7 Visión	6
1.8 Objetivos Institucionales	6
1.9 Público Objetivo.....	7
1.10 Diagnóstico.....	7
1.11 Tipos de investigación.....	8
1.12 Enfoques de la Investigación.....	8
1.13 Técnicas de Recolección de Datos	9
1.14 Observación.....	9
1.15 Documentación.....	10
1.16 Entrevista.....	11
1.17 Encuestas	12
1.18 FODA	20
1.19 Problemas Detectados	21

1.20	Planteamiento del Problema Comunicacional.....	22
1.21	Indicadores de Éxito.....	22
1.22	Proyecto a desarrollar.....	23
	Capítulo 2.....	24
2.	Plan Estratégico de Comunicación.....	24
2.1	Descripción Técnica del Plan Estratégico.....	24
2.2	Objetivos de la Estrategia.....	25
2.3	Misión.....	25
2.4	Visión.....	25
2.5	Elementos Comunicacionales.....	25
2.6	Alcances y Limites de la Estrategia.....	28
2.7	Metodología para la Aplicación de la Estrategia.....	28
2.8	Actividades para la Operatividad de la Estrategia.....	29
2.9	Cronograma.....	31
2.10	Financiamiento.....	32
2.11	Presupuesto.....	32
2.12	Beneficiarios.....	33
2.13	Recursos Humanos.....	33
2.14	Áreas Geográficas de Acción.....	33
2.15	Cuadro Comparativo de la Estrategia.....	34
	Capítulo 3.....	35
3.	Informe de Ejecución.....	35
3.1	Capacitación para el manejo de redes sociales y casos de éxito.....	35
3.2	Manual Para el Manejo de Redes Sociales.....	37
3.3	Propuesta para Optimizar el Canal de <i>YouTube</i>	39

3.4 Programación y Calendarización.....	41
Conclusiones	43
Recomendaciones	44
Referencias.....	45
Anexos	47

Introducción

El mundo fue afectado en este 2020 por la Pandemia del Covid-19, lo cual causó una crisis económica, y obligó a empresas e instituciones a buscar estrategias para reducir daños y pérdidas. La digitalización de los medios, de ser un reto, se volvió una necesidad básica para las organizaciones.

La Policía Nacional Civil de Guatemala -PNC-, por ser una institución de seguridad, y ante las exigencias de la crisis sanitaria debe funcionar ininterrumpidamente. Y realizaron una organización atípica de labores para cumplir con sus atribuciones. Por ejemplo: para el control del cumplimiento de cuarentena de personas infectadas, control del cumplimiento de horario del “toque de queda”, control para evitar la movilización interdepartamental de personas, entre otras.

El cambio causado por la crisis sanitaria, conllevó a que el Departamento de Comunicación Social de la PNC, realizara estrategias comunicacionales para informar a la población guatemalteca. Por eso, el presente estudio se centró en analizar el material audio visual que la Policía Nacional Civil, transmite a través de sus redes sociales, *Facebook*, *Twitter*, *Instagram* y *YouTube*.

En el presente estudio fue necesario aplicar métodos y herramienta de investigación como encuestas, documentación y observación, con el fin de determinar la calidad con la que se comparte el contenido multimedia, también se aplicó una entrevista por medios digitales al jefe del departamento de comunicación de la PNC, para determinar percepción y el funcionamiento a lo interno sobre el manejo de las redes sociales.

En base a lo analizado se identificaron las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de los medios digitales, de lo cual se derivó una estrategia para fortalecer la comunicación externa de la PNC.

Al identificar las debilidades en las redes sociales de la Policía Nacional Civil, se diseñó un plan de comunicación que ayudará a fortalecer la comunicación externa de la institución policial, para lo cual se proyectó un objetivo general y tres objetivos específicos.

En la planificación se presentaron tres propuestas que van encaminadas a alcanzar los objetivos trazados, con el fin principal que es subsanar las debilidades detectadas en la fase diagnóstica.

Para sustentar cada una de las propuestas se plasmó un fundamento teórico, para demostrar la necesidad de aplicar cada una de las propuestas, tomando en cuenta las disposiciones del Consejo Superior Universitario de la Universidad de San Carlos de Guatemala y la actual coyuntura por la Pandemia del Covid-19.

En la ejecución se pudo dar cumplimiento a algunas actividades de las estrategias que se plasmaron en el Plan de Comunicación. Sin embargo, ya no fue posible cumplir la fase de evaluación de resultados. Es importante mencionar que posterior a la presentación del actual trabajo se dará acompañamiento a la institución policia para dar cumplimiento a las estrategias planificadas.

Antecedentes

En el 2009, Guatemala afrontó la pandemia del virus A (H1N1), conocido también como la Gripe Porcina, “A escala mundial se declaró como pandemia desde abril del 2009 hasta agosto 2010, cuando se contabilizaron 8 mil 557 fallecimientos en el continente americano. En Guatemala se reportaron 26 muertos, según datos de la Organización Panamericana de la Salud”. (Presa Libre, 2015)

El 06 de marzo de 2020, el presidente de la Republica de Guatemala por medio del Decreto Gubernativo 5-2020, declaró el Estado de Calamidad Pública que “tiene como objetivo evitar consecuencias mayores ante la amenaza sanitaria que vive el país y ante la pandemia del COVID-19 que se ha propagado por todo el mundo”. (Coordinadora Nacional para la Reducción de Desastres, 2020)

Ante las últimas pandemias que han afectado a Guatemala, la Policía Nacional Civil, ha tenido una participación vital y la obligación de adaptarse a las estrategias del Gobierno de Guatemala, para cubrir las necesidades de la población guatemalteca; como institución brindan sus servicios las 24 horas, con el fin de apoyar en acciones del estado para reducir daños causados por el Covid-19; por lo cual el departamento de Comunicación Social, ha sido y es el encargado de crear estrategias de comunicación para dar a conocer el trabajo que realiza la PNC.

Asimismo, el referido departamento ha difundido material audiovisual de consejos para la prevención del covid-19 en sus diferentes redes sociales y también ha compartido información de las acciones que realizan y así mantener informada a la población guatemalteca.

La Doctrina Institucional de la Policía Nacional Civil (2013), entre sus actividades básicas, ante una epidemia en apoyo a la comunidad, indica que:

“Se mantendrá la coordinación con los entes gubernamentales y otros en la medida de lo posible, a fin de ubicar las zonas de mayor riesgo y centrar los esfuerzos operativos en esos lugares, para proporcionar personal de apoyo en las respectivas campañas y ayuda logística en el auxilio a las personas afectadas”. (p. 31)

En el departamento de Comunicación Social de la Policía Nacional Civil se han realizado 03 ejercicios profesionales supervisados, de estudiantes de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, de la Universidad de San Carlos de Guatemala, los cuales fueron:

En el 2014, en la Policía Nacional Civil, Hugo Leonel Donis Amézquita presentó una estrategia de comunicación interna en el Departamento de Comunicación Social, quién analizó los puestos de trabajo, ambiente laboral y el equipo técnico; y elaboró una estrategia que consistió en la creación de un informativo de televisión; elaboración de afiches, y presentó una propuesta de una campaña en medios de publicidad exterior (vallas y mupies).

En el 2015, Karen América Barrios Pinto, elaboró el Ejercicio Profesional Supervisado -EPS-, en el cual presentó una estrategia de comunicación interna para el departamento de Comunicación Social de la Policía Nacional Civil, la cual consistió en elaborar una reestructuración de las carteleras de información, para mejorar el ambiente laboral.

Oscar Enrique Pivaral Reyes en el 2016 presentó un informe de -EPS- donde incluía estrategias para fortalecer la comunicación interna del Departamento de Comunicación Social de la Policía Nacional Civil con las comisarías 11, 13 y 14; las cuales consistieron en elaborar una cartelera que contenía las acciones positivas y estadísticas comparativas de los resultados de las referidas comisarías, con el fin de fomentar la competencia laboral entre comisarías y fortalecer la comunicación interna del departamento.

Justificación

Durante la Pandemia del Covid 19, en el 2020, el distanciamiento social y en confinamiento hizo que la sociedad, las entidades públicas y empresas privadas sustituyeran sus formas tradicionales de comunicación, por medios digitales, aprovechándose del auge actual de las nuevas tecnologías. Por la coyuntura, el público objetivo incrementó el uso de los medios digitales para comunicarse e informarse; y esto debe utilizarse como una oportunidad para fortalecer las estrategias comunicativas en plataformas virtuales de la Policía Nacional Civil.

En la actualidad los medios digitales, se han convertido en herramientas vitales para fortalecer las comunicaciones internas y externas de las instituciones. Es por ello, que para muchas organizaciones fue necesaria una reinención y adaptación a la coyuntura de la crisis sanitaria

Referente a lo anterior se consideró necesario implementar un diagnóstico para identificar deficiencias en materia de comunicación del Departamento de Comunicación de la Policía Nacional Civil.

El plan de comunicación que se planteó en este proyecto tuvo como fin, fortalecer las debilidades de comunicación externa que se detectaron en la fase diagnóstica. Para lo cual, se planificaron estrategias que se pudieran ejecutarse pese a las restricciones que surgieron a causa de la Pandemia del Covid-19.

Los principales beneficiarios de las estrategias comunicacionales ejecutadas fueron el personal del Departamento de Comunicación Social de la PNC, por fortalecer sus procesos en la gestión de las redes sociales; en segundo lugar, se benefició a la institución policial al comunicarse de una forma más eficiente en las diferentes redes sociales; y en tercer lugar, el público guatemalteco, el cual se beneficiará, al recibir información de una forma más adecuada por medio de las redes sociales de la PNC.

Capítulo I

1. Institución

Policía Nacional Civil de Guatemala, Departamento de Comunicación Social.

1.1 Perfil de la Institución

En la doctrina institucional de la de la Policía Nacional Civil, describe que es:

Una institución armada constituida por un potencial formado en un aspecto específico de la ciencia policial, estructurada en unidades y secciones, disciplinada y jerarquizada, apolítica, capacitada en funciones relativas a la vigilancia para prevenir los delitos, las medidas correctivas ante la comisión de los mismos, y la investigación para esclarecer la responsabilidad por la autoría de los hechos punibles. (2013, p. 04)

El departamento de Comunicación Social, es el encargado de ejercer la vocería de la PNC y ser el enlace con los medios de comunicación social, con la finalidad de informar a la población a través de sus propios medios o medios externos de comunicación. Es el encargado de producir material audio visual y manejar los medios digitales institucionales; en la actualidad el departamento está conformado por 60 personas que se encuentran distribuidas a nivel nacional.

1.2 Ubicación Geográfica

El departamento de Comunicación Social de la Policía Nacional Civil se encuentra ubicado en la 10ª calle, 13-92, zona 1 de la ciudad de Guatemala. Como institución, la PNC da cobertura a nivel nacional con presencia en todos los departamentos y sus municipios por medio de las comisarías, estaciones y subestaciones colocadas estratégicamente.

La PNC, por dar una cobertura a nivel nacional, también toma en cuenta la etnografía de Guatemala, para su estructura y distribución de personal, según el artículo 02 de la Ley de la PNC (1997), indica que “En el reclutamiento, selección capacitación, y despliegue de su personal debe tener presente el carácter multiétnico y pluricultural de Guatemala”.

Debido a la crisis de salud en Guatemala causada por la pandemia COVID-19, la institución siguió trabajando ininterrumpidamente en cada una de sus comisarías, estaciones y subestaciones. Algunos agentes de la policía fueron detectados con el virus, según informó el Ministerio de Gobernación de Guatemala “La mayoría de agentes que han dado positivo

coronavirus, se encuentran en los hospitales del seguro social y los demás, que son un poco más de 500 agentes se encuentran en cuarentena en sus domicilios y están siendo monitoreados” (Cifuentes, 2020).

1.3 Integración y alianzas estratégicas

La Policía Nacional Civil, mantiene una alianza estratégica con el Ministerio Público con el fin de articular acciones para fortalecer la persecución penal e investigaciones con el fin de combatir la delincuencia común y delincuencia organizada. Por lo tanto, la PNC tiene asignada la función de auxiliar al Ministerio Público, según el Código Procesal Penal indica que:

“Los funcionarios y agentes de la policía, en tanto que auxiliares del Ministerio Público, realizarán sus tareas bajo la superintendencia directa del mismo y deberán ejecutar sus órdenes, sin perjuicio de la autoridad administrativa a la cual estén sometidos. Deberán también cumplir las órdenes que, para la tramitación del procedimiento, les dirijan los jueces ante quienes pende el proceso. El Ministerio Público supervisará el correcto cumplimiento de la función auxiliar de la policía, y podrá impartir instrucciones generales al respecto, cuidando de respetar su organización administrativa” Código Procesal Penal, art. 113, (1992)

J. Aguilar Chinchilla (2020), indica que, como departamento de Comunicación Social, cuentan con una alianza estratégica con la Agencia Guatemalteca de Noticias (AGN), El Diario de Centroamérica y la radio TGW de Guatemala.

1.4 Origen e historia

1.4.1 Historia de la Policía Nacional Civil

El 15 de julio de 1997, empieza a funcionar la nueva Policía Nacional Civil, la cual sustituyó a la antigua Policía Nacional y Guardia Nacional, basada en los Acuerdos de Paz que se firmaron el 29 de diciembre de 1996, entre el gobierno de Guatemala y Unidad Nacional Revolucionaria Guatemalteca (URNG), lo cual puso fin al conflicto armado interno.

La PNC se fundó con el argumento de la necesidad de fortalecer el poder civil y función del ejército en una sociedad democrática, amparada por la Ley de la Policía Nacional Civil, plasmada en el Decreto 11-97, decretado por el Congreso de la República de Guatemala, el 04 de febrero de 1997.

El despliegue territorial comenzó en 1997, cuando la institución contaba con 2 mil 592 efectivos y con esa cantidad, no era posible darle cobertura a todo el territorio nacional,

extremo que fue logrado en agosto de 1999. Posteriormente, en 2002 el estado de fuerza de la institución se había fortalecido, ya eran 19 mil 910 efectivos y la gran mayoría de estos pertenecía a la escala básica. (Policía Nacional Civil, s.f.)

La Policía Nacional Civil durante el 2012 registro un aumento considerable, ya que contaban con 25 mil 125 agentes, hombres y mujeres. En la actualidad son más 39 mil personas que la conforma, apoyando totalmente al sistema de justicia, laborando conjuntamente con jueces, fiscales e instituciones con las que cooperan de forma interinstitucional.

1.4.2 Historia del Departamento de Comunicación Social de la PNC

En sus inicios, la comunicación de la Policía Nacional Civil estaba a cargo de Oficina de Relaciones Informativas y Sociales, que fue creada en el Acuerdo Gubernativo 585-97, “Reglamento de Organización de la Policía Nacional Civil”, Capítulo II, Artículo 2.

Años más tarde, el 09 de diciembre 2005, fue creada la Secretaría de Comunicación Social, fundamentada según el acuerdo gubernativo 662-2005, del Reglamento de Organización de la Policía Nacional Civil, el cual se plasmó que:

“Se estructura y organiza la Secretaría de Comunicación Social, para que cumpla con los requerimientos técnico profesionales y de esta manera hacer llegar a toda la sociedad guatemalteca, la información necesaria de las actividades operativas y administrativas de la Policía Nacional Civil, con la finalidad de tener un acercamiento directo con los medios de comunicación y de esta manera pueda existir una comunicación entre población e institución” (Policía Nacional Civil, 2012, pág. 04).

El 02 de abril de 2009, se publica el Acuerdo Gubernativo 97-2009, en el cual se reestructura la Secretaría de Comunicación Social, la cual se adhiere a la Secretaría General de la Dirección General de la PNC, Artículo 8, en donde indica que “tendrá dentro de sus funciones ejercer la vocería, y manejar la relación con medios comunicación social”.

El 09 de enero de 2012, fue creado por el Director General de la Policía Nacional Civil, el actual Departamento de Comunicación Social, por Orden General 02-2012. Se dispone organizar y designar las funciones de la Secretaría General (SEGE) y en el artículo 8, la Oficina de Comunicación Social de la Policía Nacional Civil, pasa a ser Departamento de Comunicación Social para que siga con las funciones correspondientes.

1.5 Departamentos y Dependencias

La Policía Nacional Civil es una dependencia del Ministerio de Gobernación, y para su funcionamiento la organización es amplia debido a que brinda cobertura a nivel nacional. Sin embargo, el presente proyecto está enfocado hacia el Departamento de Comunicación Social, que se encuentra designado a la Secretaría General de la Dirección General.

El 19 de julio del 2012, se publica el Acuerdo Gubernativo 153-2012, reforma el Artículo 3 de la Estructura Orgánica, la cual quedo así:

- a. Dirección General de la Policía Nacional Civil.
- b. Dirección General Adjunta de la Policía Nacional Civil.
- c. Subdirección General de Operaciones de la Policía Nacional Civil.
- d. Subdirección General de Investigación Criminal de la Policía Nacional Civil.
- e. Subdirección General de Personal de la Policía Nacional Civil.
- f. Subdirección General de Apoyo y Logística de la Policía Nacional Civil.
- g. Subdirección General de Análisis de Información Antinarcótica de la Policía Nacional Civil.
- h. Subdirección General de Estudios y Doctrina de la Policía Nacional Civil.
- i. Subdirección General de Tecnologías de la Información y la Comunicación de la Policía Nacional Civil.
- j. Subdirección General de Prevención del Delito de la Policía Nacional Civil.

1.6 Misión

Policía Nacional Civil: proteger la vida, la integridad física, la seguridad de las personas y sus bienes, el libre ejercicio de los derechos y libertades, así como prevenir, investigar y combatir el delito, preservando el orden y la seguridad pública.

Departamento de Comunicación Social: Proporcionar a los medios de comunicación, información sobre el trabajo que realiza a nivel nacional la Policía Nacional Civil, con la finalidad que la población guatemalteca y la comunidad internacional, esté informada de la actuación positiva de la institución, creando una imagen de éxito ante el ciudadano, generando confianza y credibilidad.

1.7 Visión

Policía Nacional Civil: ser una institución altamente calificada con vocación y reconocida excelencia, conformada por personal de sólida formación humana, altas competencias, respeto al ordenamiento jurídico y derechos humanos, con capacidad de generar corresponsabilidad comunitaria para el logro de la convivencia pacífica.

Departamento de Comunicación Social: Ser una unidad especializada en la documentación de todo el trabajo positivo de la institución de manera técnica y profesional, con la finalidad de darlo a conocer a la población guatemalteca, a través de los diferentes medios de comunicación y redes sociales, procurando mantener la buena imagen de la institución.

1.8 Objetivos Institucionales

“Barrios Pinto (2015), indica que los objetivos institucionales de la PNC son:

- a) Fomentar la identidad policial con proyección social.
- b) Adaptarse institucionalmente a los cambios sociales.
- c) Asistencia social integral al policía y a su familia.
- d) Desempeño policial basado en cualidades, principios y valores.
- e) Desarrollo de programas, proyectos y actividades alineadas con el plan estratégico policial.
- f) Prestar servicio de seguridad ciudadana en el marco de legalidad y respeto a los derechos humanos.

- g) Efectividad, legalidad y transparencia en la gestión administrativa.
- h) Fortalecimiento de las relaciones internacionales.
- i) Compromiso institucional para la convivencia pacífica ciudadana.”

1.9 Público Objetivo

Por ser una institución gubernamental encargada de la seguridad pública, su grupo objetivo es la población guatemalteca.

La coyuntura de Guatemala, reflejó un evidente cambio en el comportamiento social de sus habitantes, por las medidas sanitarias decretadas, como por ejemplo el “Toque de queda” que el Gobierno implemento desde el 23 de marzo de 2020, esta disposición afectó a la vida nocturna y los negocios que atienden en este horario; y que de alguna forma influyo en forma temporal en la función de la PNC; que paso de dar cobertura hechos negativos causados por el consumo de bebidas alcohólicas, a velar por el cumplimiento del toque de queda, y controlar en cumplimiento de las disposiciones presidenciales.

1.10 Diagnóstico

“Se le denomina diagnóstico al proceso analítico que permite conocer la situación real de la institución o empresa, en un momento dado, con la finalidad de identificar problemas y áreas de oportunidad” (Rosales, 2020). Podemos decir que es la acción para conocer a profundidad las acciones y funciones comunicaciones de una empresa u organización a nivel interno y externo

1.10.1 Objetivo General

Analizar la comunicación virtual, a través de las redes sociales que utiliza el Departamento de Comunicación Social de la PNC para informar a la población guatemalteca sobre la pandemia del Covid-19.

1.10.2 Objetivos Específicos

- a. Identificar las redes sociales que el departamento de Comunicación Social de la Policía Nacional Civil de Guatemala utiliza actualmente.

- b. Describir la actividad con base al contenido publicado en redes sociales de la Policía Nacional Civil de Guatemala del 11 al 22 de mayo del 2020.
- c. Determinar el nivel de aceptación del material digital que la Policía Nacional Civil comparte en sus redes sociales relacionado a la pandemia del Covid-19.

1.11 Tipos de investigación

Los diferentes tipos de investigación según su alcance se dividen en cuatro, siendo, la exploratoria, descriptiva, correlacional y explicativa. Así también, las investigaciones pueden orientarse utilizando o mezclando dos tipos, por ejemplo, puede ser descriptiva y correlacional.

El presente estudio tiene un alcance descriptivo- explicativo; según Sampieri (2014), indica que en el estudio con alcances descriptivos se busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis (p. 92). Por otro lado, el estudio explicativo, su interés se centra en explicar por qué ocurre un fenómeno y en qué condiciones se manifiesta o por qué se relacionan dos o más variables. (Sampieri, 2014, p. 95)

1.12 Enfoques de la Investigación

A través de la historia se deduce que las investigaciones pueden tener tres enfoques, los cuales se dividen de la siguiente forma: cuantitativos, por que utiliza en recabar datos que pueden ser medibles; el cualitativo, se basa en utilizar técnicas que se basan para recolectar aspectos de cualidad y forma; y mixto, cuando la investigación utiliza una mezcla de datos como los descritos anteriormente.

En la realización del diagnóstico, se utilizó un método de investigación con enfoque mixto, es decir, se utilizó una mezcla entre el método cualitativo y el cuantitativo. Con referente a lo anterior se realizó una mezcla de datos medibles como las encuestas, que recolecto información estadística, con el fin de determinar numéricamente la opinión del público, asimismo, en el enfoque cualitativo, fue necesario realizar documentación, observación y entrevista, para describir cualidades del objeto de estudios.

1.13 Técnicas de Recolección de Datos

El diagnóstico se realizó utilizando técnicas de investigación como: la observación, encuestas, entrevistas y la documentación extraída de diferentes fuentes bibliográficas y medios digitales.

Se realizó un monitoreo y análisis de las redes sociales *Facebook*, *Twitter*, *Instagram* y *YouTube* de la Policía Nacional Civil, y también se sustentó información por medio de 114 encuestas a estudiantes de la Escuela de Ciencia de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala. Asimismo, se entrevistó al jefe del departamento de Comunicación Social de la -PNC- Jorge Aguilar Chinchilla.

1.14 Observación

Este método de recolección de datos consiste en el registro sistemático, válido y confiable de comportamientos y situaciones observables, a través de un conjunto de categorías y subcategorías (Sampieri, 2014, pág. 252). Por lo cual podemos decir que en la presente investigación que se utilizó método cualitativo, aplicado por medio de la observación no participativa.

1.14.1 Observado en las Redes Sociales de la Policía Nacional Civil

Segun lo observado durante mayo 2020, se evidencia que la PNC, con relación a la Pandemia del COVID-19, tomó una actitud activa, por su participación directa y por cumplir con su obligación de apoyar en las estrategias de gobierno en materia de salud y seguridad ciudadana. Por lo mismo, el departamento de Coomunicacion Social de la PNC, elaboró estrategias comunicativas para informar sobre el trabajo y su participacion ante la crisis; asi y tambien, se verificó que en sus diferentes redes sociales se lanzó una campaña informativa sobre medidas sanitarias preventivas.

Durante la exploración de las redes sociales de la PNC, se debe destacar que *Facebook* y *Twitter* son las que registran mayor afluencia de público, ya que *Facebook* cuenta con 626,770 seguidores y *Twitter* con 609,000 mil seguidores, asi tambien son los medios que se actualizan constantemente con información de las acciones que la institución realiza.

También se concluyó, que el canal de YouTube PNC de Guatemala registra 10,300 suscriptores y mayoría de videos no llega a las 100 visualizaciones, lo cual representa que existe poca afluencia de su público, así también registra un leve número de *Likes* el material multimedia que es publicado en el canal. Así también, Instagram registra 23,650 seguidores.

Del 11 a 22 de mayo se realizó un monitoreo de las redes sociales de la Policía Nacional Civil de Guatemala logrando analizar el contenido y la actividad, y se comprobó que la PNC tuvo una participación activa en las redes sociales, publicado todos los resultados positivos, como incautaciones y aprehensiones, recepción de donativos, documentación acciones sobre ayuda social a la población.

1.15 Documentación

Ley de la Policía Nacional Civil, creada bajo el decreto de 11-97, aprobada por el Congreso de la República de Guatemala: detalla el fundamento legal que sustenta su creación de la institución, describe sus funciones y su estructura orgánica.

Manual de organización y funciones del departamento de Comunicación Social de la PNC (2012), donde se da a conocer la historia del departamento y las atribuciones que tienen asignadas, su organización y fundamento legal.

Informe de EPS elaborado por Hugo Leonel Donis Amézquita (2014), en la Policía Nacional Civil; en el que se describe una estrategia de comunicación interna en el Departamento de Comunicación Social, para la cual se realizó un análisis de los puestos de trabajo, ambiente laboral y el equipo técnico; elaboró una estrategia que consistió en la creación de un informativo de televisión, elaboración de afiches y presentó una propuesta de una campaña en medios de publicidad exterior.

Barrios Pinto, Estrategia de comunicación interna del departamento de comunicación social de la Policía Nacional Civil (2015), EPS, Universidad de San Carlos de Guatemala, “el presente informe muestra paso a paso las estrategias comunicacionales que se trabajaron en el Departamento de Comunicación Social de la Policía Nacional Civil. Con las cuales se mejoró el ambiente laboral a través de la reestructuración de las carteleras de información”.

Oscar Enrique Pivaral Reyes en el 2016 presentó un informe de -EPS- donde incluía estrategias para fortalecer la comunicación interna del Departamento de Comunicación Social de la Policía Nacional Civil con las comisarías 11, 13 y 14; las cuales consistieron en elaborar una cartelera que contenía las acciones positivas y estadísticas comparativas de los resultados de las referidas comisarías, con el fin de fomentar la competencia laboral entre comisarías y fortalecer la comunicación interna del departamento.

Página *Web* de la PNC, www.pnc.gob.gt, utilizada para dar a conocer la información de la institución, como noticias, material informativo institucional, entre otras.

Doctrina Institucional de la Policía Nacional Civil, indica que “la doctrina constituye un conjunto de conocimientos ordenados sistemática y metodológicamente, en los que se recogen la historia y cultura policial a través del tiempo, así como sus principios, valores, cualidades, y su fundamento legal y filosófico”.

1.16 Entrevista

La herramienta de la entrevista sirve para obtener detalles a profundidad sobre el tema que se investiga, ayuda a tener un panorama amplio, basado en la relación directa al sujeto clave. “Podemos decir que la entrevista es la relación directa establecida entre el investigador y su objeto de estudio a través de individuos o grupos con el fin de obtener testimonios orales” (Sampieri, 2014, pág. 59)

Se realizó una entrevista al jefe del departamento de Comunicación Social de la PNC, licenciado Jorge Aguilar Chinchilla, la cual se realizó por medio de la plataforma de *Google Forms*, el 29 de mayo de 2020. En el cual manifestó, que durante la Pandemia Covid-19 sufrieron como departamento una reducción del personal, lo cual afecto laboralmente el trabajo que realizan.

El entrevistado, comunicó que el departamento actualmente cuenta con las redes sociales, *Facebook, Twitter, Instagram y YouTube*. Así también, indicó que durante la pandemia del COVID-19 identificaron un incremento del uso de las redes virtuales en su público objetivo.

Aguilar manifestó que, por las disposiciones presidenciales optadas por la crisis sanitaria, centraron sus esfuerzos dando la cobertura mediática en todo lo relacionado al tema de la Pandemia.

1.17 Encuestas

La encuesta es una herramienta de clase cuantitativa, que puede brindar un soporte científico al momento de formular una hipótesis. “En cuanto a la información de campo, vale la pena recordar que el objetivo primordial de la encuesta es obtener información cuantificable; así, al concluir la codificación de las respuestas, conviene representarlas de manera gráfica, para facilitar su análisis” (Bastar, 2012, pág. 71)

Para realizar la encuesta es necesario poder delimitar la población, la cual se debe segmentar en un subgrupo llamado Muestra, en efecto “Digamos que es un subconjunto de elementos que pertenecen a ese conjunto definido en sus características al que llamamos población” (Sampieri, 2014, pág. 175).

Con el fin de fundamentar la presente investigación, se eligió una población de 160 estudiantes de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

Para la selección de la muestra se tomó en cuenta que el 100% de los encuestados son usuarios de los diferentes medios digitales y redes sociales. Y para delimitar la población se utilizó la fórmula de las poblaciones finitas, la cual se describe a continuación:

$$n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 * p * q}{d^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$

Donde:

- N = Total de la población
- Z_{α} = 1.96 al cuadrado (si la seguridad es del 95%)
- p = proporción esperada (en este caso 5% = 0.05)
- q = 1 – p (en este caso 1-0.05 = 0.95)
- d = precisión (en su investigación use un 5%).

Fuente: (Castellanos, 2011)

N	$\frac{160 * (1.96)^2 * (0.5) (0.5)}{(0.1)^2 (160 - 1) + (1.96)^2 (0.5) (0.5)}$	= 114
----------	---	--------------

Fuente: Elaboración propia.

Se tomó como muestra a 114 estudiantes, la cual estuvo conformada por 36 hombres y 78 mujeres, quienes respondieron preguntas relacionadas a los medios de comunicación digital y redes sociales que utiliza el departamento de comunicación social de la PNC para informar a la población.

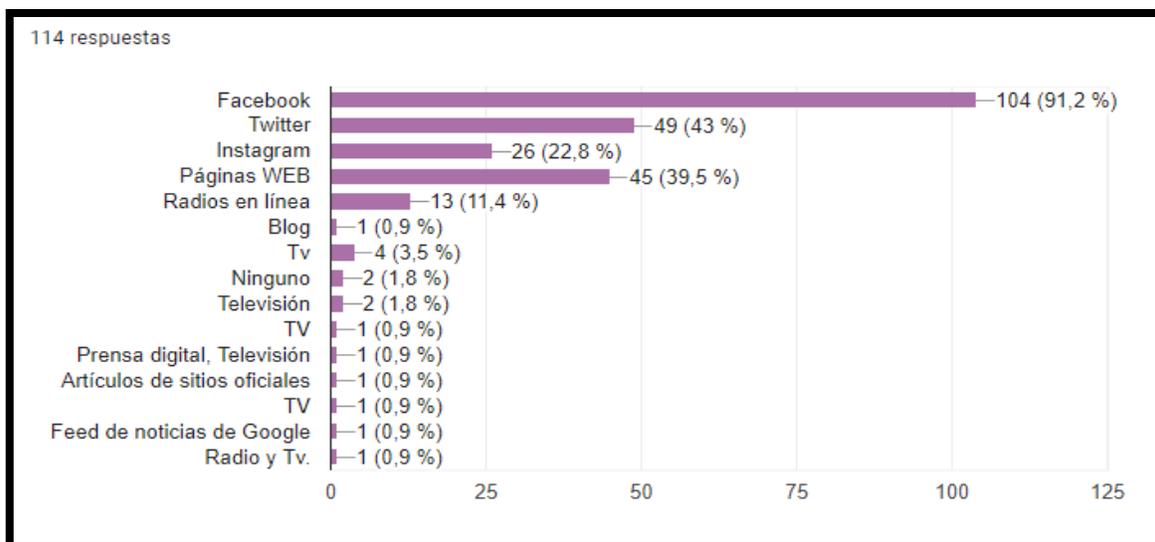
Entre los resultados, se debe destacar que entre los medios digitales que utiliza la PNC, *Facebook* es el más reconocido por un 57%; *Twitter* un 23.6%; la página *Web* con un 12.3% de los encuestados. Sin embargo, el 31.6% manifestó que no conocían ninguno de sus medios digitales.

Se comprobó entre las preferencias del material que les gustaría ver en los medios digitales de la PNC, están noticias con un 66.7%; campañas informativas, 64%; campañas con enfoque de prevención del delito, 57.9%; reportajes con un 32.5%; e infografías con 30.7%.

También se realizó un breve sondeo sobre la información que transmite la PNC por medios digitales, destacando que el 59.9% ha visto la información, y el 62.2% ha considerado de utilidad la información que se comparte.

1.17.1 Interpretación de Encuestas

Grafica 1

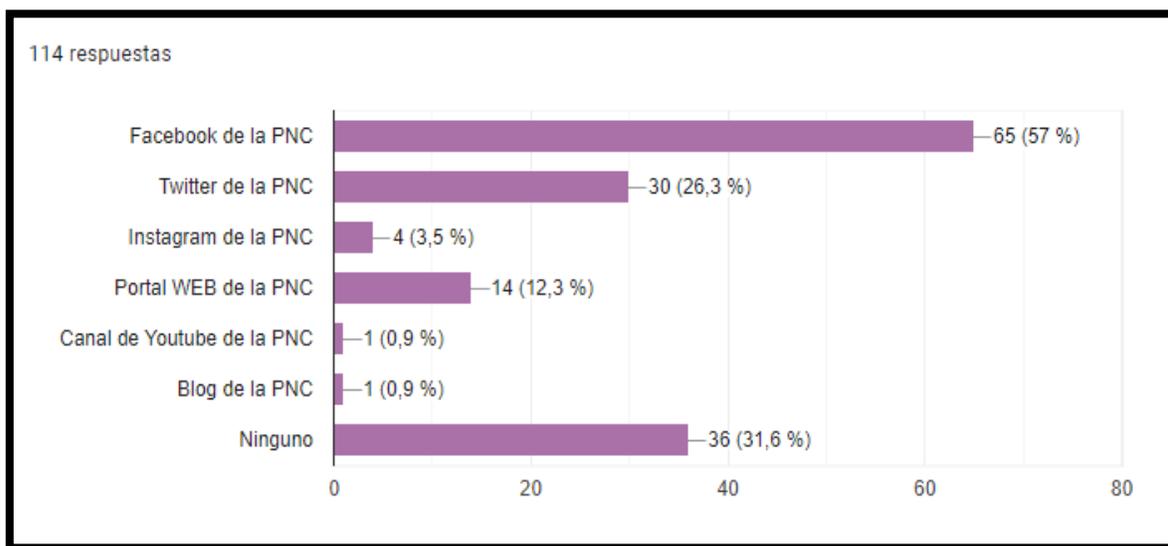


Fuente: elaboración propia.

¿Qué medios digitales o redes sociales utiliza para mantenerse informado del acontecer nacional?

En la presente pregunta, los encuestados demostraron que *Facebook* es la red más utilizada para informarse sobre el acontecer nacional siendo 104 personas de 114 encuestados, seguido de *Twitter* con 49; páginas Web con 45; Instagram con 26; radios en línea 13; prensa digital y blog con 1 respectivamente; y un bajo porcentaje respondió que se informan por algunos medios convencionales como televisión y radio.

Grafica 2

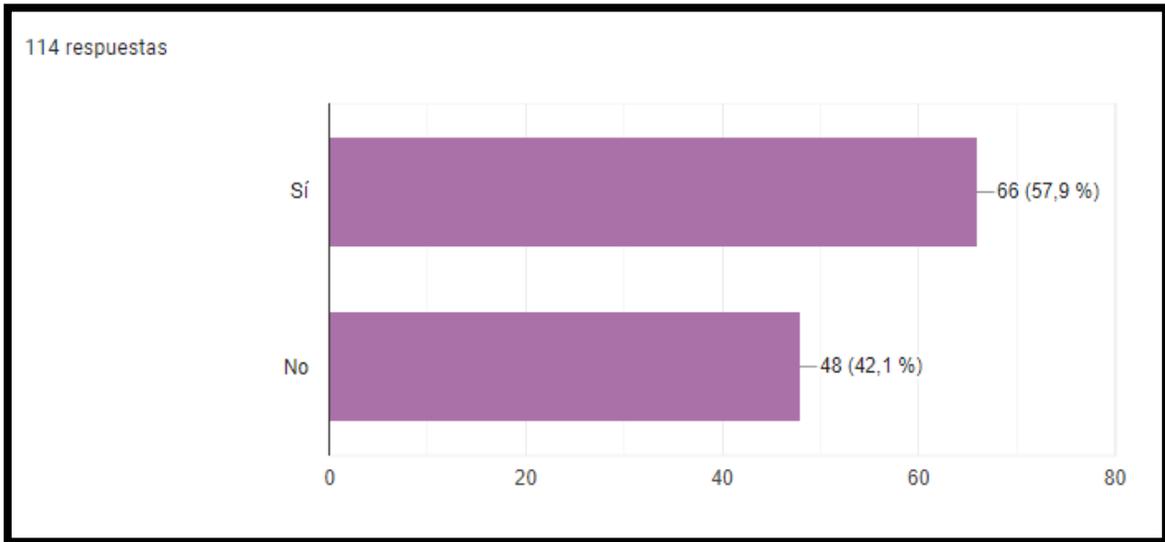


Fuente: elaboración propia.

¿Cuáles de los siguientes medios digitales o redes sociales de la Policía Nacional Civil conoce?

Entre las redes sociales y medios digitales que tiene la PNC, destaca que *Facebook* es el más reconocido por el 57% de los encuestados, así también el *Twitter* institucional es el segundo con el 26%, página *Web* con el 12.3%, *Instagram* con el 3.5%, seguido del blog y el canal de YouTube, con un 0.9%, sin embargo, el 31.6% de los encuestados respondieron que no conocen ningún medio digital o red social de la PNC.

Grafica 3

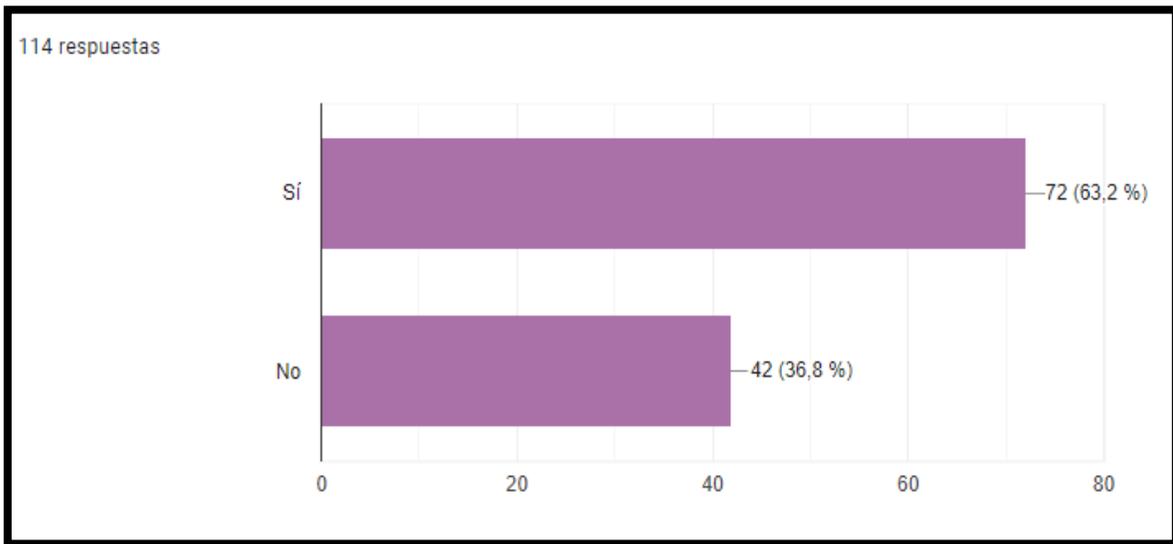


Fuente: elaboración propia.

¿Ha visto o escuchado información de la Policía Nacional Civil, con respecto a la Pandemia COVID-19?

Con esta interrogante se comprobó que solo el 57.9% de los encuestados ha visto o escuchado el material visual o audiovisual a que promocionado la Policía Nacional Civil con respecto a la pandemia del Covid-19.

Grafica 4

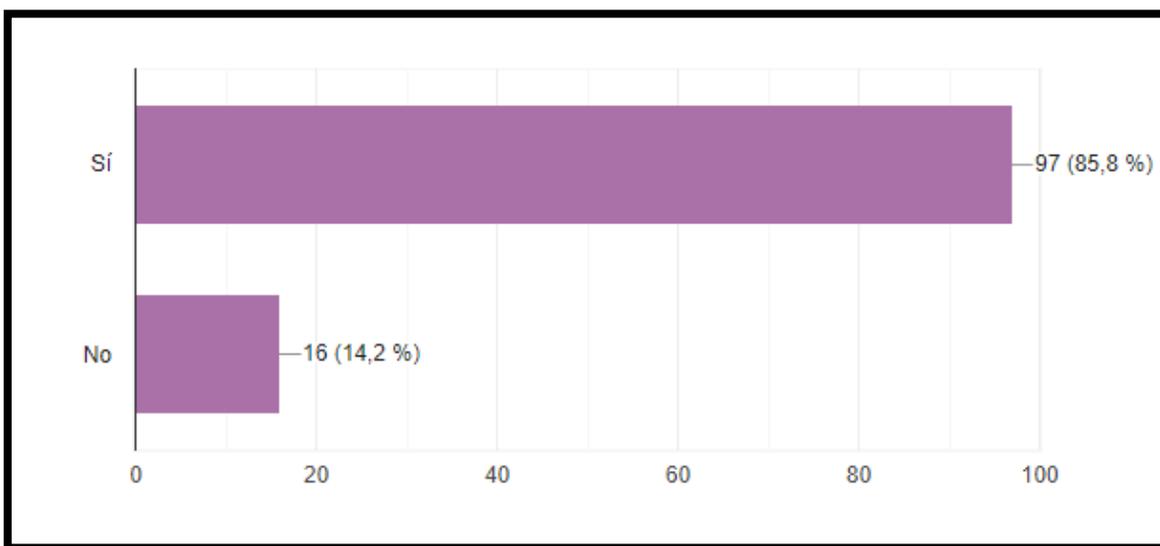


Fuente: elaboración propia.

¿Considera útil la información que la Policía Nacional Civil publica en sus redes sociales, relacionada a la Pandemia COVID-19?

Con la respecto a la pregunta, la mayoría de los usuarios encuestados contestaron que sí es útil la información de la PNC, con un 63.2%; pero hay un 36.8% que no considera útil la información, lo cual sería una deficiencia en cuanto al material audiovisual que se pública.

Grafica 5:

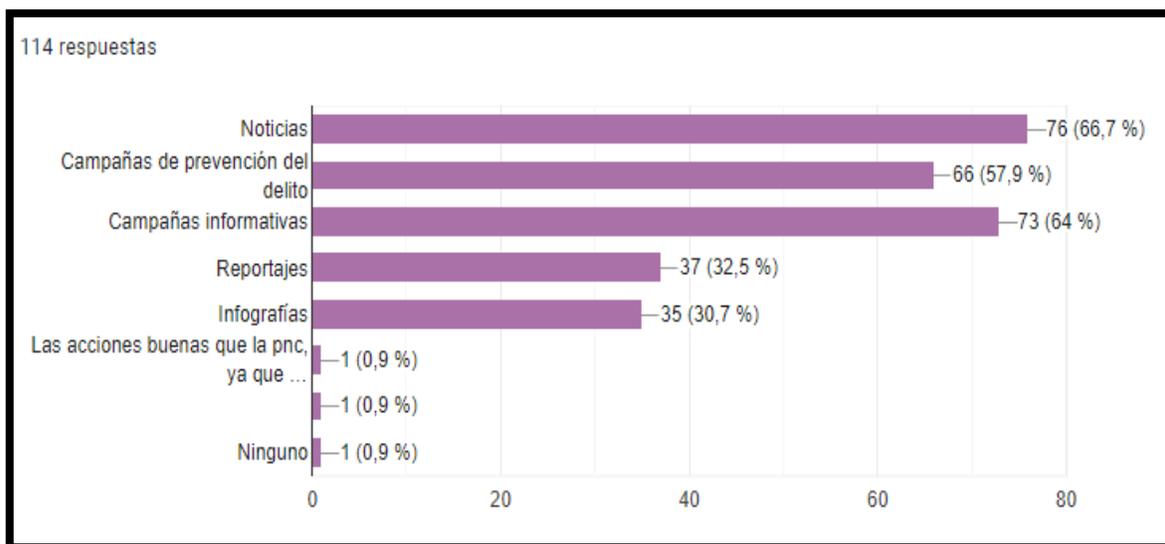


Fuente: elaboración propia.

¿Le gustaría recibir información de la Policía Nacional Civil, relativa al accionar, las campañas, programas y demás?

En la siguiente pregunta al 85.8% de los encuestados le gustaría recibir información de la PNC, lo cual refleja que la mayoría está interesada de la información que la institución comparte, sin embargo, existe un 14.2% que no les interesa. Lo que comprueba que existe oportunidad para llegar a más personas.

Grafica 6



Fuente: elaboración propia.

¿Qué tipo de contenido le gustaría ver en las diferentes redes sociales de la PNC?

Es de resaltar, que en cuanto al material digital que los públicos prefieren observar en las redes sociales resaltan: las noticias con 76 votos; seguido de campañas informativas con 73; así también, destaca las campañas de prevención del delito con 66 votos; con 37 votos para reportajes y en número menor las infografías con 35 votos.

1.18 FODA

“La matriz FODA permite diagnosticar tanto una problemática comunicacional específica como la situación comunicacional en general de la organización, incluyendo su posición en el contexto, su estado interno, para luego definir y planear su rol y acción en función de lo descrito” (Enz, 2012, pág. 99).

A continuación, se describe el FODA comunicacional que se derivó del diagnóstico realizado a las redes sociales que administra el Departamento de Comunicación Social de la PNC.

<p>Fortalezas:</p> <ul style="list-style-type: none">a. La página <i>Facebook</i> de la PNC, cuenta con 626,770 seguidores.b. <i>Twitter</i> de PNC, registró 600,900 seguidores.c. Tiene presencia en las redes sociales <i>YouTube</i> e <i>Instagram</i>.d. Cuentan con información oportuna y de interés.e. Cuentan con alianzas estratégicas con varios medios de comunicación.f. Producción de material audiovisual de alta calidad.g. Personal que tiene experiencia en el manejo de redes sociales.	<p>Oportunidades:</p> <ul style="list-style-type: none">a. De atraer a más seguidores a sus redes sociales.b. Página de <i>Instagram</i> y canal de <i>YouTube</i> puede lograr un mejor posicionamiento.c. Mejorar la imagen institucional ante los usuarios de redes sociales.d. Por el confinamiento existe un incremento del uso de redes sociales, por parte del público.
<p>Debilidades:</p> <ul style="list-style-type: none">a. No cuentan con un manual o guía para el manejo de redes sociales.b. Existe material digital que difunde la institución en redes sociales, que no está identificado con alguna firma o logotipo institucional.	<p>Amenazas:</p> <ul style="list-style-type: none">a. Que los usuarios de redes sociales prefieran informarse a través de otros medios ajenos a la PNC.b. Que no se dé a conocer el trabajo que PNC realiza a la población.

c. Canal de <i>YouTube</i> , cuenta con material audiovisual desorganizado.	c. Que la imagen de PNC decaiga, por compartir material digital de poco interés para su público.
d. Existe contenido de <i>Instagram</i> que se encuentra publicado con métricas no adecuadas, mostrándose incompleto por lo cual el contenido puede ser desagradable para sus públicos.	d. Que el material digital que difunde la PNC, sea utilizado por usuarios ajenos a la institución para fines negativos.

1.19 Problemas Detectados

Se determinó que la mayoría del material digital de las acciones positivas o resultados que realiza y que difunde la PNC en sus redes sociales no cuenta con una firma o logotipo que se identifique como producción institucional. También se evidenció que la página web, no se promociona en el material digital que difunde la PNC en sus redes sociales.

Se determinó que en la red social *Instagram*, la PNC comparte material audio visual que no cumple con las métricas establecidas por la red social, mostrando material que está cortado, visualizándose de forma incompleta.

El canal de *YouTube* de la Policía Nacional Civil, registra una evidente desorganización del material digital que se ha subido en la plataforma, lo cual representa que los videos no se visualizan de una manera ordenada hacia los usuarios.

Al describir las actividades en las redes sociales de la PNC fue necesario consultar a los encargados del departamento de Comunicación Social, si contaban con una guía o manual para el manejo de sus redes sociales, lo cual determinó que no cuentan con un manual o guía, evidenciando la necesidad de una guía para el adecuado manejo de sus redes sociales.

1.20 Planteamiento del Problema Comunicacional

En la observación se determinó que la mayoría del material digital que difunde la PNC, en sus redes sociales no cuenta con una marca de agua o sello que identifique como producción institucional, también se evidenció que la página web no se promociona en el material digital que difunde la PNC en sus redes sociales.

Así también, se evidencio que el canal de *YouTube* de la PNC, necesita una optimización en cuanto a la organización del material multimedia que se comparte, por ejemplo, comparten material para niños del personaje denominado “Agente Lesh”, seguido de videos institucionales con información dirigida a otro segmento del público.

Por medio de las encuestas se determinó que la información referente a la pandemia del Covid-19, que la PNC transmite, es de interés para los usuarios de redes sociales, asimismo, se determinó el nivel de aceptación de su público, acerca del material digital que PNC comparte en sus redes sociales, determinando que el material que la PNC comparte si es de interés de su público objetivo.

También se identificó por medio de encuestas y entrevista las redes sociales que utiliza la PNC actualmente.

1.21 Indicadores de Éxito

Se cuenta con el apoyo total del jefe del departamento de Comunicación Social de la Policía Nacional Civil, quien muestra una actitud positiva de estar dispuesto al recibir propuestas que ayuden a mejorar la comunicación externa de la institución, lo cual representa una ventaja.

Por ser un estudio basado en proponer estrategias para el fortalecimiento de la comunicación externa en redes sociales y página Web, lo cual no implicaría una inversión económica elevada.

Así también, la institución cuenta con equipo de cómputo adecuado para la edición del material visual y audiovisual, así como con el personal asignado al manejo de las redes sociales con acceso a internet para el manejo de las redes sociales y pagina Web.

Las herramientas que se pueden utilizar son alcanzables, ya que el departamento de Comunicación Social, cuenta con personal capacitado para ejecutar las propuestas que se puedan plantear en la futura estrategia.

1.22 Proyecto a desarrollar

“Estrategia para fortalecer la comunicación externa de la Policía Nacional Civil a través de las redes sociales, *Facebook, Twitter, Instagram y YouTube*”.

Capítulo 2

2. Plan Estratégico de Comunicación

Toda empresa o institución debe contar con un plan de comunicación para darse a conocer e interactuar con su público, la comunicación siempre será una necesidad que debe considerarse como una inversión que dará fruto a corto, mediano o largo plazo, dependiendo del o los objetivos. “El plan de comunicación de una empresa es un documento u hoja de ruta donde se traza el cómo, el cuándo y la manera en que dicha empresa se va a relacionar con su público, con el fin de cumplir los objetivos que se proponga” (Nuño, 2017)

2.1 Descripción Técnica del Plan Estratégico

Mediante el análisis de las redes sociales de la Policía Nacional Civil de Guatemala, se determinó que el material que se compartió en sus redes sociales, tiene algunas falencias, las cuales se pretenden subsanar con la propuesta de una estrategia de comunicación que a continuación se describirá, todo esto con el fin principal de fortalecer la comunicación externa de la institución policial.

En la referida estrategia se pretende plasmar las actividades y productos comunicacionales, de forma digital y posiblemente se entregarán impresos.

Así también, las estrategias planteadas tomaron en cuenta las posibilidades de acción, con el fin de adaptarse a la coyuntura actual de la pandemia del covid-19. Y existe el riesgo que las estrategias no puedan ejecutarse por alguna eventualidad que afecte la ejecución de la misma.

Otro de los riesgos que existe, es que las estrategias no puedan tener el impacto esperado en el Departamento de Comunicación Social y con ello, la gestión de redes sociales no sea fortalecida y optimizada, y la consecuencia pueda ser que los usuarios en las plataformas digitales prefieran informarse del accionar de la PNC por otros medios o instituciones.

Sin embargo, el incremento del uso de redes sociales, causado por la pandemia del Covid-19, puede utilizarse como oportunidad para incrementar el alcance de la comunicación externa de la PNC.

2.2 Objetivos de la Estrategia

2.2.1 Objetivo General

Fortalecer la comunicación digital externa de la Policía Nacional Civil, a través de las redes sociales.

2.2.2 Objetivos Específicos

- a. Reforzar los conocimientos en materia de redes sociales del personal del departamento de Comunicación Social de la Policía Nacional Civil.
- b. Sistematizar los procesos para el manejo de las redes sociales *Facebook*, *Twitter*, *Instagram* y *YouTube* de la PNC.
- c. Optimizar la gestión del canal de YouTube de la Policía Nacional Civil.

2.3 Misión

Contribuir con el departamento de Comunicación Social de la Policía Nacional Civil para fortalecer los procesos de comunicación externa en sus redes sociales, con el fin de que cumplan con informar de manera eficiente a la población guatemalteca.

2.4 Visión

Que la Policía Nacional Civil sea reconocida con buena imagen por medio de su eficaz y eficiente comunicación externa con la población guatemalteca a través de las redes sociales.

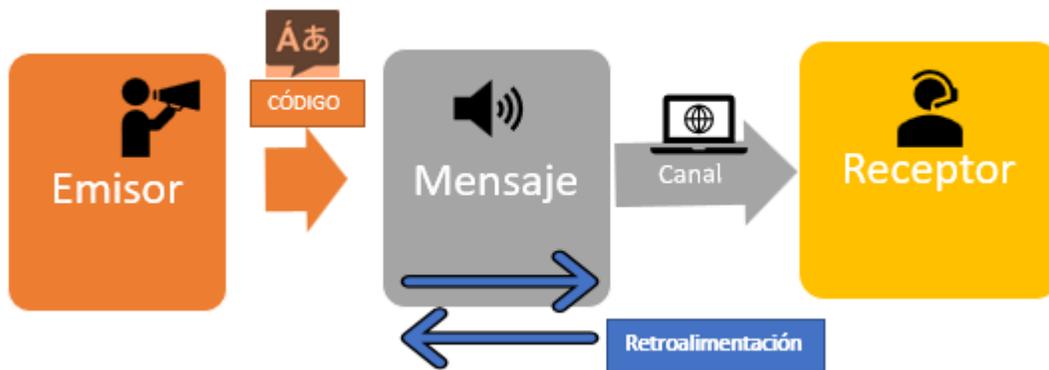
2.5 Elementos Comunicacionales

2.5.1 Comunicación

Se entiende por comunicación, al proceso por el cual enviamos y recibimos información con otro sujeto, esta información puede ser desde un gesto, sonido, palabras o una imagen.

“Y para comunicarnos nos valemos de las palabras, los gestos, los silencios y los actos que hemos aprendido en el marco de nuestra cultura, que serán interpretados por otra persona, en función de la historia, conocimientos y experiencias de ese otro sujeto” (Enz, 2012, pág. 14)

El proceso de comunicación, está conformado por elementos que se interrelacionan para formar un sistema donde se envían o intercambian ideas o pensamientos. El modelo tradicional de comunicación se describe de la siguiente forma:



Fuente: Elaboración propia.

2.5.2 Comunicación Organizacional o Corporativa

Como su nombre lo indica, es la comunicación que la organización realiza para informar a sus públicos internos y externos. “Es a la totalidad de los recursos de comunicación de los que dispone una organización para llegar efectivamente a sus públicos. Es decir, la Comunicación Corporativa de una entidad es todo lo que la empresa dice sobre sí misma” (Arevalo, 2020).

En el ámbito corporativo o institucional, la comunicación tiene 02 ejes muy importantes, los cuales son:

- a. Comunicación interna, la cual va enfocada hacia el capital humano de la empresa, se encarga de analizar los elementos y procesos internos de comunicación.
- b. Comunicación externa, como su palabra lo indica, es la que está enfocada al externo, como a los clientes y proveedores, es decir, a su público exterior. En la misma se busca el fortalecimiento de la imagen institucional o bien a las ventas.

2.5.3 Redes Sociales

Dentro de la comunicación externa, actualmente existe lo que se conoce hoy en día como internet o *Web 2.0*, en la cual el usuario se convierte en un protagonista activo de las plataformas virtuales.

La Web 2.0 se caracteriza sobre todo por la usabilidad y funcionabilidad de la web, un diseño emocional y accesibilidad. No intros, no flash, la información que el usuario está buscando y en este sentido una buena arquitectura de contenidos ayuda al usuario a encontrar lo que necesita. (Enz, 2012)

Como parte de la Web 2.0, se formaron las distintas plataformas de interacción entre usuarios, conocidas actualmente como redes sociales. Entre las redes sociales más utilizadas en a nivel mundial se encuentra, *Facebook*, *Twitter*, *Instagram* y *YouTube*, la cual, de ser una plataforma para publicar videos, actualmente se le considera como red social, porque existe una interacción entre los usuarios y del emisor de contenidos. A continuación, se definen cada una de las referidas redes sociales.

Facebook: es un sitio web, considerado de múltiple plataforma enfocada en la interacción de usuarios de manera individual o grupal. Así también se caracteriza por ser flexible para la publicación de múltiples contenidos.

Twitter: se define como una plataforma de intercambio de mensajes cortos, con la limitante de 280 caracteres por publicación, en la misma también es posible publicar imágenes y videos.

Instagram: da énfasis la publicación de fotografías, aplicando una serie de efectos visuales, pero también es un sitio para publicación de contenido digital fotográfico y audiovisual. “Es una plataforma de información, de promoción, de generación de sentimientos, de contactos, de foto periodismo y sigue teniendo su parte de diversión.” (Equipo Estudio Comunicación, 2017)

YouTube: “es una plataforma a través de la que reproducir vídeos, subir contenido a un canal propio e interactuar con el resto de usuarios mediante *likes*, comentarios o compartir.” (Romero, 2019)

2.5.3.1 Redes Sociales en Guatemala

Según un estudio realizado por We Are Social y Hootsuite, sobre las redes sociales en Guatemala, comprendido con datos de enero 2019 a enero 2020, revelo que se existen 11.54 millones de usuarios de Internet, de los cuales 7.90 millones son usuarios de las redes sociales.

El referido estudio revelo que *Facebook* es la plataforma más usada, ya que en Guatemala registró 7.40 millones de usuarios; según genero el 46.7% son mujeres y 53.3% son hombres.

En segundo lugar, *Instagram* se posiciona con un total de 1.80 millones de usuarios guatemaltecos, de los cuales 50.8% son mujeres y 49.2% son hombres.

Twitter registró en Guatemala 532.5 mil usuarios, siendo el 65.6% hombres y 34.4% mujeres. En el estudio no fue posible encontrar datos de la cantidad de usuarios de *YouTube*, sin embargo, la plataforma sobresalió como el segundo sitio *Web* más visitado a nivel mundial y también a nivel Guatemala.

2.5.4 Plan de Comunicación

Después de haber detectado los problemas en el diagnóstico realizado, se procede a la creación de una estrategia comunicacional. El plan de comunicación es una hoja de ruta que sirve para guiarnos en los diferentes caminos planeados y espontáneos que recorreremos durante un período preestablecido. (Enz, 2012, pág. 106)

2.6 Alcances y Limites de la Estrategia

Las estrategias que se presentan a continuación fueron formuladas tomando en cuenta los límites que existen por la Pandemia del Covid-19 así también, las limitantes existentes por las disposiciones del Consejo Superior Universitario de la Universidad de San Carlos de Guatemala, que prohíbe las actividades presenciales dentro de las instituciones donde se realiza Ejercicio Profesional Supervisado.

Por lo tanto, se eligió una estrategia comunicacional que incluya actividades y productos que puedan ser trabajados de manera virtual, siempre y cuando se subsanen las debilidades comunicativas que la Policía Nacional Civil reflejadas en la fase diagnóstica.

2.7 Metodología para la Aplicación de la Estrategia

Se pretende realizar un plan de capacitaciones virtuales, para los encargados del manejo de redes sociales, con la intención de enriquecer los conocimientos en el tema, y con ello sea más eficiente la comunicación externa de la Policía Nacional Civil.

Se tiene proyectado la elaboración de un manual digital sobre el uso adecuado de las redes sociales, colocando lineamientos para la gestión de las mismas, con el fin de sistematizar los procesos de comunicación externa de la PNC.

Para optimizar e impulsar el canal *YouTube*, se pretende elaborar una propuesta con las recomendaciones para la organización del contenido multimedia, así también, se propondrán sugerencias para optimizar el manejo del canal.

2.8 Actividades para la Operatividad de la Estrategia

2.8.1 Propuesta 1: Capacitaciones Virtuales

Estrategia:

03 capacitaciones virtuales sobre el manejo de las redes sociales, *Facebook*, *Twitter*, *Instagram* y *YouTube*; dirigida al personal del departamento de Comunicación Social de la PNC.

Actividades:

- a. Elaboración de invitaciones digitales, las cuales contengan: tema, nombre del inductor, fecha y hora, duración de la inducción, la misma se enviará vía *WhatsApp*.
- b. Un día antes de las inducciones se creará el evento en la plataforma de *Google Meet*.
- c. Se realizará un recordatorio un día antes de cada inducción, en la cual se incluirá el enlace para ingresar a la inducción virtual.
- d. Al finalizar la inducción se brindará un tiempo prudencial para resolver dudas de los participantes.

2.8.2 Propuesta 2: Manual para el manejo de las redes sociales

Estrategia:

Elaboración de un manual para el manejo de las redes sociales *Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, y *YouTube*.

Actividades:

- a. Búsqueda y recopilación de información sobre las redes sociales.
- b. Redacción y estructuración del manual digital.
- c. Estará conformado con 04 capítulos, redactando 01 por cada red social (4).
- d. Cada capítulo, incluirá: definición de la red social, descripción de sus elementos, lineamientos del contenido multimedia que se publicará.

- e. Capítulo 05: recomendaciones generales para el manejo de redes sociales.
- f. Capítulo 06: importancia de colocar el logotipo o firma en el material multimedia.
- g. Inclusión de un glosario.
- h. Se incluirán las referencias utilizadas para la elaboración del manual.
- i. Se trasladará un preliminar, para su aprobación hasta tener el visto bueno de la institución.
- j. Se pretende imprimir y empastar el manual para su entrega física al jefe del Departamento de Comunicación Social de la PNC, dependiendo de las condiciones causadas por la pandemia del Covid-19, de lo contrario la entrega será de manera virtual.

2.8.3 Propuesta 3: Propuesta para optimizar el canal de *YouTube*

Estrategia:

Elaboración de una propuesta para optimizar el canal de *YouTube*, de la Policía Nacional Civil

Actividades:

- a. Búsqueda y recopilación de información sobre la gestión adecuada de un canal de *YouTube*.
- b. Redacción y estructuración de la propuesta.
- c. Se incluirán los cambios necesarios para la organización adecuada del material audiovisual y manejo del mismo.
- d. Agregar información que contenga recomendaciones que permitan impulsar el canal de *YouTube*.

2.9 Cronograma

Fase	ACTIVIDADES	Responsable	TIEMPO DE DURACIÓN											
			AGOSTO				SEPTIEMBRE				OCTUBRE			
			1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Busqueda y recopilación de información a incluir en las estrategias.	Epesista												
	Elaboración del manual para el manejo de las redes sociales.	Epesista												
	Elaboración de la propuesta de recomendaciones para optimizar canal de YouTube.	Epesista												
	Primera capacitación del personal de personal del Departamento de Comunicación Social.	Epesista y capacitador												
	Entrega del manual preliminar para el manejo de las redes sociales.	Epesista												
	Entrega de propuesta de recomendaciones para optimizar canal de YouTube	Epesista												
	Aprobación del manual para el manejo de las redes sociales y posible solucitud de cambios.	Comunicación Social de la PNC												
	Inducción sobre análisis de estadísticas de las redes sociales.	Epesista y capacitador												
	Ejecución de cambios para el manual para el manejo de las redes sociales.	Epesista												
	Implementación de sugerencias propuestas para optimizar el canal de YouTube	Personal de Comunicación Social de PNC												
2	Entrega digital del manual para el manejo de las redes sociales.	Epesista												
	Coordinación para la ejecución de una tercera capacitación "Diseño para redes sociales"	Epesista y Comunicación Social de la PNC												
	Capacitación "Diseño para redes sociales"	Epesista y capacitador												
	Entrega impresa del manual para el manejo de las redes sociales.	Epesista												

Fuente: Elaboración propia.

2.10 Financiamiento

Los gastos sé que requieren para la ejecución del plan de comunicación, correrán por parte del espesita, quien invertirá en el recurso electrónico y digital, impresiones y empastado. Así también, el pago al capacitador en el tema de redes sociales.

2.11 Presupuesto

DESCRIPCIÓN	COSTO	SUBTOTAL	FINANCISTA
Diseño del manual	Q500.00	Sin costo	Epesista
Elaboración y diseño de la propuesta para optimizar <i>YouTube</i>	Q300.00	Sin costo	Epesista
Asesoría de comunicación externa	Q8,000.00	Sin costo	Epesista
Otros gastos (uso de internet y equipo de cómputo)	Q200.00	Sin costo	Epesista
Posible impresión del manual y propuesta.	Q75.00	Q75.00	Epesista
Posible empastado del manual (02 copias)	Q120.00	Q120.00	Epesista
Diseño de 03 invitaciones para capacitaciones	Q375.00	Sin costo	Epesista
03 capacitaciones	Q2,400.00	Sin costo	Epesista
Sub Total	Q11.970.00	Q195.00	Epesista
Total		Q195.00	

Fuente: Elaboración propia.

2.12 Beneficiarios

El beneficiado primario será la Policía Nacional Civil de Guatemala, quien fortalecerá su comunicación externa a través de las redes sociales, por medio de las estrategias y herramientas de comunicación que se presentan en el presente estudio.

Los beneficiarios secundarios el personal a cargo del manejo de redes sociales, del departamento de Comunicación Social de PNC, quienes ampliarán su conocimiento en el tema.

Así también, los beneficiarios terciarios será la población guatemalteca que usa las diferentes redes sociales, quienes se informarán de una forma más óptima, sobre la información que la Policía Nacional Civil comunica.

2.13 Recursos Humanos

Personal	Puesto	Función
Lic. Jorge Aguilar Chinchilla y Lic. Edwin Monrroy	Jefe y subjefe del Departamento de Comunicación Social de la PNC.	Supervisar y aprobar el plan de comunicación
Rudy Ariel Aroche Ramírez	Especialista de la ECC de la USAC.	Cooperación en ejecutar las actividades del plan de comunicación externa.
Jorge Mario Loarca	Especialista en redes sociales.	Capacitador.
Personal del departamento Comunicación Social de la PNC	Encargados de la gestión de redes sociales.	Colaboración en el cumplimiento de las recomendaciones propuestas en el plan.

Fuente: Elaboración propia.

2.14 Áreas Geográficas de Acción

En cuanto a la estrategia inductiva, el área de acción sería en zona 1 de Guatemala, lugar donde se ubica el Departamento de Comunicación Social de la PNC.

Debido al alcance efectivo de la comunicación a través de las redes sociales, se abarcaría toda la región de país de Guatemala.

2.15 Cuadro Comparativo de la Estrategia

Actividad o producto comunicacional	Objetivos específicos	Presupuesto	Recurso humano	Área Geográfica de impacto	Beneficiarios	Fecha de Ejecución
Manual para el manejo de las redes sociales Facebook, Twitter, Instagram, y YouTube	Reforzar los conocimientos en materia de redes sociales del personal del departamento de Comunicación Social de la Policía Nacional Civil.	Q770,00	Especialista de la ECC de la USAC.	Instalaciones de la Dirección General de la Policía Nacional Civil, ubicada en la zona 1 de Guatemala, lugar donde se encuentran las oficinas de Comunicación Social.	Policía Nacional Civil de Guatemala y población Guatemalteca	Del 03 de agosto al 16 de octubre del 2020
Propuesta de recomendaciones para optimizar el canal de YouTube, de la Policía Nacional Civil	Optimizar la gestión del canal de YouTube de la Policía Nacional Civil.	Q425,00	* Especialista de la ECC de la USAC. * Personal de Departamento de Comunicación Social de la PNC.	Instalaciones de la Dirección General de la Policía Nacional Civil, ubicada en la zona 1 de Guatemala, lugar donde se encuentran las oficinas de Comunicación Social.	Policía Nacional Civil de Guatemala y población Guatemalteca	Del 17 de agosto al 18 de septiembre 2020
Capacitaciones para manejo de las redes sociales, Facebook, Twitter, Instagram y YouTube; dirigida al personal del departamento de Comunicación Social de la PNC	Sistematizar los procesos para el manejo de las redes sociales Facebook, Twitter, Instagram y YouTube de la PNC.	Q2.775,00	* Especialista de la ECC de la USAC. * Capacitador especialista en redes sociales.	Instalaciones de la Dirección General de la Policía Nacional Civil, ubicada en la zona 1 de Guatemala, lugar donde se encuentran las oficinas de Comunicación Social.	Policía Nacional Civil de Guatemala y población Guatemalteca	Del 26 de agosto al 16 de octubre del 2020

Fuente: Elaboración propia.

Capítulo 3

3. Informe de Ejecución

3.1 Capacitación para el manejo de redes sociales y casos de éxito.

La primera capacitación se ejecutó el viernes 21 de agosto de 2020, en la cual estuvieron presentes 03 personas que pertenecen al de Departamento de Comunicación Social de la PNC. La actividad fue convocada por medio de una invitación que se diseñó y se envió por medio de WhatsApp al Lic. Edwin Monroy quien es Subjefe del Departamento de Comunicación Social.

3.1.1 Objetivo de la Actividad

Reforzar los conocimientos en materia de redes sociales del personal del Departamento de Comunicación Social de la Policía Nacional Civil, con el fin de fortalecer la comunicación externa institucional.

3.1.2 Público Objetivo

La presente estrategia fue dirigida al personal que conforma la gestión de redes sociales del Departamento de Comunicación Social de la Policía Nacional Civil.

3.1.3 Medio Utilizado

La capacitación fue impartida a través de la plataforma digital Google Meet, por medio del link: <https://meet.google.com/uan-oftu-gkz> .

3.1.4 Área Geográfica de Impacto

Instalaciones de la Dirección General de la Policía Nacional Civil, ubicada en la zona 1 de Guatemala, lugar donde se encuentran las oficinas de Comunicación Social.

3.1.5 Presupuesto Invertido

Acción Realizada	Cantidad	Costo	Subtotal	Financista
Diseño de Invitación	1	Q125.00	Sin costo	Epesista
Pago de capacitador	1	Q800.00	Sin costo	Epesista
Total			Q 0.00	

3.1.6 Validación

CAPACITACIÓN VIRTUAL
TIPS PARA EL MANEJO DE REDES SOCIALES
Y CASOS DE ÉXITO

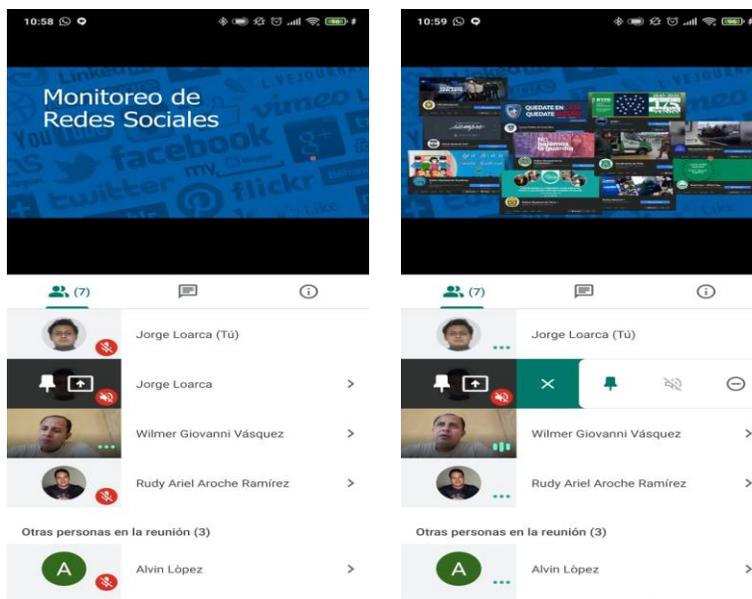
Viernes 21 agosto 2020
10:00 horas
Por la plataforma Google Meet.

Impartido por:
Jorge Mario Loarca

- Social Media Manager
- 08 años de experiencia en Social Media.
- Ha trabajado para empresas en Guatemala como: Grupo UNICOMER (La Curacao, Tropigas y RadioShack), Shalom S.A., GPG y Seguros Universales.
- Diseñador de contenido multimedia.

Logos: Comunicación creando futuro, and the coat of arms of Guatemala.

Fuente: Elaboración propia.



3.2 Manual Para el Manejo de Redes Sociales

El 25 de agosto de 2020, se entregó al Licenciado Edwin Monrroy, un preliminar del manual para el manejo de las redes sociales de la Policía Nacional Civil, el cual consta de 25 páginas de contenido, el mismo está pendiente de aprobación por parte del departamento. Asimismo, el referido manual al ser aprobado procederá a imprimirse y empastarse, para realizar la entrega en forma física.

3.2.1 Objetivo de la Actividad

El manual tiene la función de sistematizar los procesos para el manejo de las redes sociales *Facebook, Twitter, Instagram y YouTube*, y con ello conseguir que el personal del Departamento de Comunicación Social, tenga de referencia una guía de los procesos que les apoyará a realizar una adecuada gestión de las redes sociales de la Policía Nacional Civil.

3.2.2 Público Objetivo

La presente estrategia fue dirigida al personal que conforma la gestión de redes sociales del Departamento de Comunicación Social de la Policía Nacional Civil.

3.2.3 Medio Utilizado

El preliminar del referido manual, fue enviado por medio de la plataforma de mensajería WhatsApp, del Licenciado Edwin Monrroy.

3.2.4 Área Geográfica de Impacto

Instalaciones de la Dirección General de la Policía Nacional Civil, ubicada en la zona 1 de Guatemala, lugar donde se encuentran las oficinas de Comunicación Social.

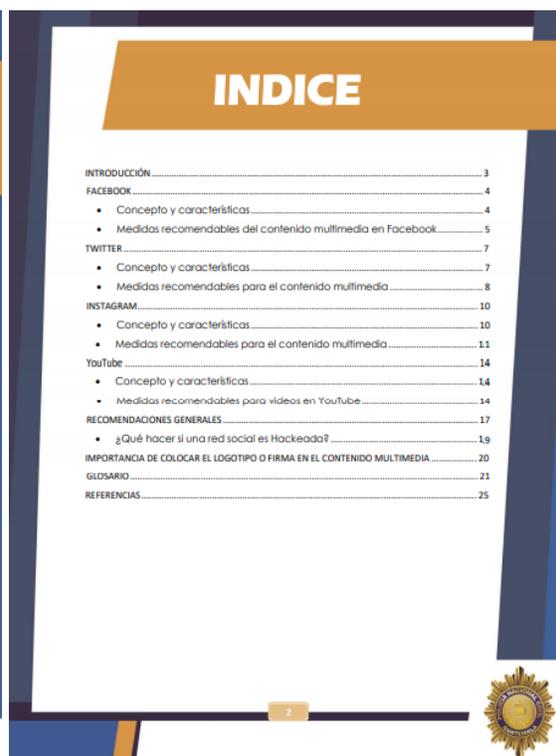
3.2.5 Presupuesto Invertido

Acción Realizada	Cantidad	Costo	Subtotal	Financista
Diseño del manual	1	Q500.00	Sin costo	Epesista
Total			Q 00.00	

3.2.6 Validación



Fuente: Elaboración propia.



Fuente: Elaboración propia.

3.3 Propuesta para Optimizar el Canal de *YouTube*

E 28 de agosto de 2020, se entregó una propuesta en forma digital al Licenciado Edwin Monrroy, la cual contenía una serie de recomendaciones y sugerencias para mejorar el canal de *YouTube*, de la Policía Nacional Civil, la cual está contenida en un documento que consta de 12 páginas.

3.3.1 Objetivo de la Actividad

Las sugerencias propuestas van encaminadas a optimizar la gestión del canal de *YouTube* de la Policía Nacional Civil, con el fin primordial de fortalecer la comunicación externa de la PNC.

3.3.2 Público Objetivo

La presente estrategia fue dirigida al personal que conforma la gestión de redes sociales del Departamento de Comunicación Social de la Policía Nacional Civil.

3.3.3 Medio Utilizado

La propuesta fue realizada y diseñada de forma digital y fue enviada en formato PDF por medio de la plataforma de mensajería WhatsApp, y correo electrónico de Departamento de Comunicación Social al Licenciado Edwin Monrroy.

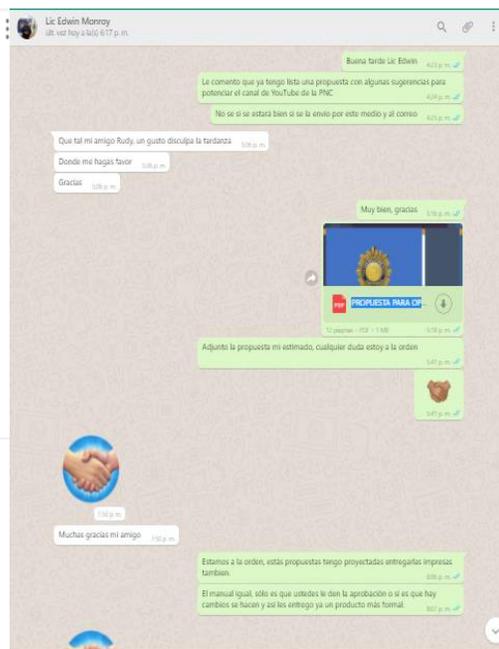
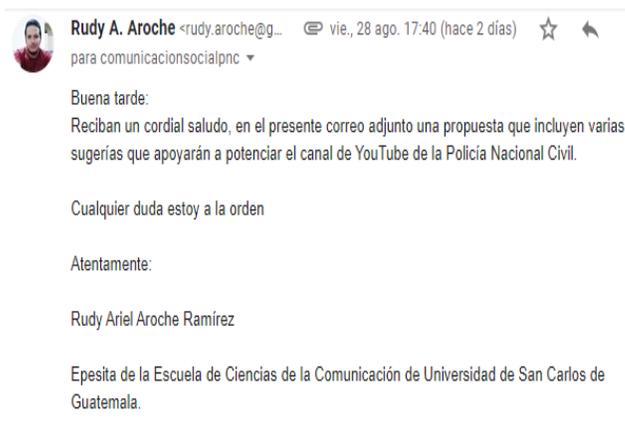
3.3.4 Área Geográfica de Impacto

Instalaciones de la Dirección General de la Policía Nacional Civil, ubicada en la zona 1 de Guatemala, lugar donde se encuentran las oficinas de Comunicación Social.

3.3.5 Presupuesto Invertido

Acción Realizada	Cantidad	Costo	Subtotal	Financista
Diseño	1	Q125.00	Sin costo	Epesista
Total			Q 00.00	

3.3.6 Validación



Fuente: Elaboración propia.

3.4.1 Calendario de videoconferencias impartidas por la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la USAC.

No.	Videoconferencias	MESES																		
		Mayo					Junio	Julio	Agosto											
		Semanas																		
		S1	S2	S3	S4	S5		S1	S1	S2	S3	S4								
1	"Creatividad para Radio"	■																		
2	"Comunicación Organizacional"	■																		
3	"Comunicación en tiempos de crisis"	■																		
4	"Los grandes Retos de nuestra profesión ante la crisis mundial y las nuevas tecnologías"		■																	
5	"Árbol de Problemas y el FODA"		■																	
6	"Redacción de objetivos para diagnóstico y estrategia de Comunicación"		■																	
7	"Enfoque Cualitativo y Cuantitativo"			■																
8	"Análisis de recopilación de Datos"			■																
9	"Herramientas digitales para la nueva comunicación"				■															
10	"Barreras de la Comunicación"				■															
11	La radio en línea en la Nueva Era Digital.									■										
12	"Salud y Seguridad Ocupacional y Nomas Complementarias para la prevención del COVID-19"										■									
13	"Desarrollo del Plan de Comunicación"											■								
14	"Herramientas digitales para la ejecución de un Plan de Comunicación"												■							
15	"Manejo de herramientas digitales y medios de comunicación en la actualidad"													■						
16	"Creando contenidos para redes sociales"																		■	
17	"Herramientas para estrategias de comunicación digital efectivas"																			■
18	"El Progreso de la Estrategía de comunicación desde su concepto hasta su aplicación"																			■
19	"La importancia de la comunicación interna en tiempos de crisis"																			■
20	"Como evaluar mi proyecto de comunicación"																			■
21	"Organizar, Controlar y Concluir"																			■

Fuente: Elaboración propia.

Conclusiones

- a. La pandemia del Covid-19, causó algunas dificultades al Departamento de Comunicación Social, sin embargo, sobresalieron por medio de la creación de estrategias de comunicación que exigió la coyuntura mundial. Por ser un ente encargado de la seguridad Pública tuvo una participación directa para controlar el cumplimiento de las disposiciones presidenciales para mitigar la crisis que afrontó Guatemala.
- b. El Departamento de Comunicación Social de la Policía Nacional Civil, maneja una excelente relación con los medios de comunicación, tienen presencia en las redes sociales y cuentan con personal capacitado para la producción de material visual y audiovisual.
- c. Se determinó cuales eran son las redes sociales que utiliza la PNC, para informar a la población guatemalteca.
- d. Se pudo describir la actividad que la Policía Nacional Civil de Guatemala realiza, en las diferentes redes sociales.
- e. Se detectaron algunas debilidades de comunicación externa en redes sociales que se originaban a lo interno del Departamento de Comunicación Social.
- f. Se creó un Plan de Comunicación que incluyera estrategias para solventar o fortalecieran la comunicación externa en las redes sociales de la PNC, por medio de capacitaciones virtuales al personal del Departamento de Comunicación Social de la PNC, la creación de un manual para la gestión de redes sociales y se presentó una propuesta digital para optimizar el canal de *YouTube* de la PNC.
- g. Que la actual pandemia obligó a buscar estrategias que pudieran ser ejecutables debido a las restricciones de movilidad y distanciamiento social, con la intención de cumplir con los objetivos trazados en el Plan de Comunicación.

Recomendaciones

- a. Continuar con las capacitaciones constantes con el fin de fortalecerse en todos los aspectos comunicativos del personal que labora en el Departamento de Comunicación Social de la Policía Nacional Civil de Guatemala.
- b. Mantener actualizado el manual para el manejo de redes sociales de la PNC que se elaboró para el presente trabajo conforme a las necesidades y cambios que surjan en las diferentes redes sociales.
- c. Seguirle dando importancia a cada una de las redes sociales, y que siempre sean abordadas según su función y sus parámetros.
- d. Que las sugerencias y conocimientos plasmados en cada una de las estrategias se sigan aplicando en la gestión de las diferentes redes sociales, *Facebook, Twitter, Instagram y YouTube*.
- e. Conservar siempre la innovación y la creatividad que caracteriza el contenido multimedia que elabora el Departamento de Comunicación Social para resaltar la imagen institucional de la PNC.
- f. Que la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala, siga implementado el programa de Ejercicio Profesional Supervisado, con el fin de formar profesionales de una forma teórica-práctica, ya que se evidenció que es una fortaleza para los futuros profesionales de la comunicación.
- g. Que la formación y capacitación virtual de los futuros epecistas, sea una opción de enseñanza, para facilitar el acceso a referida formación profesional.
- h. Seguir eligiendo profesionales experimentados de la comunicación, para la asesoría y formación de los futuros epecistas de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la USAC.

Referencias

- Arevalo, B. C. (2020). Comunicación organizacional o corporativa. *Comunicación organizacional o corporativa.*, (pág. 1). Guatemala. Recuperado el 26 de julio de 2020, de https://www.facebook.com/groups/858694944591443/?post_id=925000444627559
- Bastar, S. G. (2012). *Metodología de la Investigación* (2 ed.). México.
- Castellanos, M. H. (2011). *Formula para Cálculo de la Muestra Poblaciones Finitas*. Obtenido de <https://investigacionpediahr.files.wordpress.com/2011/01/formula-para-cc3a1lculo-de-la-muestra-poblaciones-finitas-var-categorica.pdf>
- Cifuentes, J. (21 de mayo de 2020). *www.mingob.gob.gt*. Recuperado el 24 de mayo de 2020, de <https://mingob.gob.gt/pnc-preparada-para-atencion-de-agentes-afectados-por-covid-19/>
- Congreso de la Republica de Guatemala. (1992). *Codigo Procesal Penal. (173)*. Guatemala.
- Coordinadora Nacional para la Reducción de Desastres. (06 de marzo de 2020). *www.conred.gob.gt*. Obtenido de https://conred.gob.gt/www/index.php?option=com_content&view=article&id=7856:boletin-informativo-no-672020-acciones-de-se-conred-ante-estado-de-calamidad-por-covid-19&catid=37:informativos&Itemid=1010
- Enz, A. (mayo de 2012). *Manual de Comunicación para Organizaciones Sociales*. Argentina.
- Equipo Estudio Comunicación. (octubre de 2017). *Comunicación. Soluciones para un mundo digital*. Madrid, España.
- Nuño, P. (19 de octubre de 2017). *¿Que es un Plan de Cominicación?* Recuperado el 20 de 07 de 2020, de <https://www.emprendepyme.net/que-es-un-plan-de-comunicacion.html>
- Policía Naciaonal Civil. (s.f.). *www.pnc.gob.gt*. Recuperado el 24 de 05 de 2020, de <https://www.pnc.gob.gt/index.php/historia-2/>

Policía Nacional Civil. (2012). *Manual de Organización y Funciones del Departamento de Comunicación Social*. Guatemala.

Presa Libre. (30 de abril de 2015). *www.presalibre.com*. Obtenido de <https://www.presalibre.com/hemeroteca/de-gripe-porcina-a-a-h1n1/>

Romero, I. (2019). *Metricool.com*. Obtenido de <https://metricool.com/es/que-es-youtube/>

Rosales, M. (Marzo de 2020). Taller de Diagnóstico de Comunicación. Guatemala, Guatemala. Recuperado el 05 de julio de 2020

Sampieri, R. H. (2014). *Metodología de la Investigación*. (6a Edición). México.

Ley de la Policía Nacional Civil de Guatemala, decreto 11-97, Congreso de la Republica de Guatemala, 04 de febrero de 1997.

Doctrina Institucional de la Policía Nacional Civil de Guatemala, Guatemala 2013.

Barrios, Pinto. 2015. *Estrategia de Comunicación Interna del Departamento de Comunicación Social de la Policía Nacional Civil*, EPS, Universidad de San Carlos de Guatemala.

Policía Nacional Civil, Historia, recuperado el 24 de mayo de 2020, <https://www.pnc.gob.gt/index.php/historia-2/>

We Are Social & Hootsuite, *Digital 2020 Guatemala*, (enero 2020), recuperado el 26 de julio de 2020, <https://datareportal.com/reports/digital-2020-guatemala>

Unidad de Acceso a la Información del Ministerio de Gobernación, *Jerarquía de la PNC* (30 de abril de 2020), <https://uip.mingob.gob.gt/wp-content/uploads/2017/02/Jerarqu%C3%ADa-Policial-PNC.pdf>

Paolo Mefalopulos and Chris Kamlongera (2015). *Diseño participativo para una estrategia de comunicación*. Roma 2008.

Anexos

a. Transcripción de entrevista realizada

Nombre del entrevistado: Jorge Aguilar Chinchilla

Puesto que desempeña: Vocero PNC

Tiempo de laborar en la institución: 14 años

Medios digitales y redes Sociales de la PNC

1. ¿Actualmente cuales medios digitales y redes sociales utiliza Comunicación Social para informa a la población guatemalteca? R//: *Facebook, Twitter, Instagram, página WEB de PNC, YouTube, Blog de la PNC y WhatsApp.*
2. ¿Puede describir en forma breve, cual es el proceso que se realiza antes de publicar alguna información en sus medios digitales?
R//: Revisión ortográfica, impacto mediático.
3. ¿Considera que las personas encargadas del manejo de los medios digitales y redes sociales de Comunicación Social de la PNC, están capacitados?
R//: Sí.
4. ¿Cuentan con alguna guía o manual para el manejo de redes sociales?
R//: Sí. (Pero posterior se rectificó en indicó que no poseían)
5. ¿Tienen alguna restricción para publicar en sus redes sociales? si su respuesta es sí, mencione cuales
R//: Respeto a los Derechos Humanos
6. ¿Con cuales instituciones cuentan con una alianza estratégica?
R//: Ministerio de gobernación, AGN diario de centro América TGW
7. ¿Como institución o departamento reciben algún apoyo o ayuda de otra, u otras entidades?
R//: Rara vez
8. ¿Cuentan con algún proyecto o estrategia comunicativa, a realizarse a corto, mediano o largo plazo?

R//: Ampliar capacidades dentro del departamento para fortalecer lo externo como la creación de un programa de tv y un radial.

9. ¿Que considera que le falta al departamento de Comunicación Social para fortalecer el manejo de sus medios de comunicación digital?

R//: Equipo y capacitación a personal

PNC con respecto a la pandemia del covid-19.

1. ¿Como institución como fueron o están siendo afectados en la forma de trabajo a consecuencia de la Pandemia Covid-19?

R//: Reducción de personal y más in formación a manejar.

2. ¿De qué forma afecto en lo laboral al departamento de Comunicacional de la PNC, la Pandemia del COVID-19?

R//: Reducción de personal

3. ¿Como departamento de Comunicación de PNC, contaban con algún plan de crisis para afrontar, la actual crisis sanitaria?

R//: Sí.

4. ¿La Institución sufrió algún impacto económico, por la actual Pandemia?

R//: Es un tema netamente de la subdirección de apoyo y logística.

5. ¿Influyo de alguna forma en el departamento de Comunicación Social de la PNC, las actuales disposiciones presidenciales (Toque de queda, distanciamiento social, etc.)? mencione como.

R//: Dando cobertura mediática a todo lo referente a COVID-19.

6. ¿Como departamento han identificado algún cambio en el comportamiento de la población guatemalteca, sobre el uso los medios digitales de la PNC, durante la Pandemia Covid-19?

R//: Se utiliza más el uso de redes

7. ¿Como visualiza al departamento de Comunicación Social de la PNC a futuro?

R//: Como una unidad de inteligencia y especialista para apoyo de los ciudadanos.

b. Modelo de la encuesta realizada por medio de la plataforma de *Google Forms*.

Encuesta "Análisis de las redes sociales de la Policía Nacional Civil de Guatemala"

Con la finalidad de conocer su opinión con respecto a los medios digitales y redes sociales que utiliza la Policía Nacional Civil para informar a la población Guatemalteca, lo invitamos a responder las siguientes preguntas que forman parte de un diagnostico de medios.

Los resultados serán importantes para el apoyo en el futuro manejo de la comunicación externa de la -PNC-.

El manejo de los datos es estrictamente confidencial.

Agradecemos su participación.

Seleccione su Género *

Hombre

Mujer

Seleccione su rango de edad *

De 18 a 25 años

De 26 a 35 años

De 36 a 45 años

De 46 años a más

¿A través de que medios digitales de comunicación o redes sociales se entera de las acciones que realiza la Policía Nacional Civil? *

Facebook

Twitter

Instagram

Páginas WEB

Radios en línea

Blog

Otra...

☰

¿Cuales de los siguientes medios digitales o redes sociales de la Policía Nacional Civil conoce? *

- Facebook de la PNC
- Twitter de la PNC
- Instagram de la PNC
- Portal WEB de la PNC
- Canal de Youtube de la PNC
- Blog de la PNC
- Ninguno

☰

¿Que tipo de contenido le gustaría ver en las diferentes redes sociales de la PNC? *

- Noticias
- Campañas de prevención del delito
- Campañas informativas
- Reportajes
- Infografías
- Otra...

¿Ha visto o escuchado información de la Policía Nacional Civil, con respecto a la Pandemia COVID-19? *

- Sí
- No

☰

¿Considera útil la información que la Policía Nacional Civil publica en sus medios digitales, relacionada a la Pandemia COVID-19? *

- Sí
- No

¿Le gustaría recibir información de la Policía Nacional Civil, relativa al accionar, las campañas, programas y demás?

Sí

No

¿Que recomendaciones o sugerencias proporcionaría para mejorar la comunicación en medios digitales y redes sociales de la PNC? *

Texto de respuesta larga

c. Documentación de la actividad en redes sociales de la PNC, del 11 al 23 de mayo del 2020

<p><i>Facebook: PNCdeGuatemala</i> https://www.facebook.com/PoliciaNacionalCivildeGuatemala</p>		
<p>PNCdeGuatemala 22 de mayo</p> <p>#QuedateEnCasa Este viernes 22 de mayo permanece en casa a partir de las 17:00 horas, para las 05:00 horas del día lunes 25 de mayo. #ProtegerYServir #JuntosSaliremosAdelante #UnidosContraElCoronavirus</p>  <p>RECUERDA LAS DISPOSICIONES VIERNES 22 DE MAYO PERMANECE EN CASA A PARTIR DE LAS 17:00 HORAS PARA LAS 05:00 HORAS DEL DÍA LUNES 25 DE MAYO</p>	<p>PNCdeGuatemala 22 de mayo</p> <p>#QuedateEnCasa Este viernes 22 de mayo permanece en casa a partir de las 17:00 horas, para las 05:00 horas del día lunes 25 de mayo. #ProtegerYServir #JuntosSaliremosAdelante #UnidosContraElCoronavirus</p>  <p>RECUERDA LAS DISPOSICIONES VIERNES 22 DE MAYO PERMANECE EN CASA A PARTIR DE LAS 17:00 HORAS PARA LAS 05:00 HORAS DEL DÍA LUNES 25 DE MAYO</p>	<p>PNCdeGuatemala 22 de mayo</p> <p>#QuedateEnCasa Este viernes 22 de mayo permanece en casa a partir de las 17:00 horas, para las 05:00 horas del día lunes 25 de mayo. #ProtegerYServir #JuntosSaliremosAdelante #UnidosContraElCoronavirus</p>  <p>RECUERDA LAS DISPOSICIONES VIERNES 22 DE MAYO PERMANECE EN CASA A PARTIR DE LAS 17:00 HORAS PARA LAS 05:00 HORAS DEL DÍA LUNES 25 DE MAYO</p>
<p>PNCdeGuatemala 22 de mayo</p> <p>#QuedateEnCasa Este viernes 22 de mayo permanece en casa a partir de las 17:00 horas, para las 05:00 horas del día lunes 25 de mayo. #ProtegerYServir #JuntosSaliremosAdelante #UnidosContraElCoronavirus</p>  <p>RECUERDA LAS DISPOSICIONES VIERNES 22 DE MAYO PERMANECE EN CASA A PARTIR DE LAS 17:00 HORAS PARA LAS 05:00 HORAS DEL DÍA LUNES 25 DE MAYO</p> <p>76 7 veces compartido</p>	<p>PNCdeGuatemala 12 de mayo</p> <p>Resumen 24 horas 340 capturados, 10 armas incautadas, un vehículo y una motocicleta fueron recuperados. La Policía Nacional Civil a través de sus 27 comisarías y unidades especializadas, durante las últimas 24 horas, reporta la captura de 340 personas, de las cuales 80 fueron en la ciudad capital y 260 en los departamentos.... Ver más</p>  <p>RESUMEN 24 HORAS</p> <p>217 1 comentario, 5 veces compartido</p>	<p>PNCdeGuatemala 18 de mayo</p> <p>Presunto pandillero capturado con una pistola 22 en pleno toque de queda En la 1 calle "A", de la colonia Mario Alioto López Sánchez, zona 4 de Villa Nueva, fue capturado Francis Daniel de León Luján, de 24 años, alias "El Tato y/o El Pinturas" por agentes de la comisaría 15, quien al efectuar un registro superficial en la bolsa del bañador se le encontró una pistola calibre 22mm. Con varias municiones y sin la respectiva licencia para la portación. La captura de León se... Ver más</p> 
<p>PNCdeGuatemala 12 de mayo</p> <p>Presintomas Presunta intoxicación capturada en abarroterías Investigadores de la División Nacional Contra el Desarrollo Criminal de las Pandillas (DNPANCD) realizaron un allanamiento en coordinación con el Ministerio Público, en Cobanense, Quetzaltenango, para hacer efectivo el control de calidad en contra del delito de intoxicación, por 25 años, por estar sindicada casi dentro del sector.... Ver más</p>  <p>143 43 comentarios, 7 veces compartido</p>	<p>PNCdeGuatemala 16 de mayo</p> <p>Resumen 24 horas 172 capturados, 7 armas incautadas, 3 vehículos y una moto fueron recuperados. Como resultado de las acciones de seguridad y de prevención que la Policía Nacional Civil realiza a través de sus 27 comisarías y unidades especializadas, durante las últimas 24 horas, a nivel nacional fueron capturadas 172 personas, 83 de las cuales fueron en la ciudad capital y 119 en los diferentes departamentos.... Ver más</p>  <p>CAPTURADOS</p> <p>116 5 comentarios, 11 veces compartido</p>	<p>PNCdeGuatemala 15 de mayo</p> <p>Por favor, tome en cuenta que las tiendas de su sector abren mañana y el domingo. Las tiendas de barrio o abarroterías abren mañana sábado y domingo en un horario de 8 a 11 de la mañana. Esto solo podrá hacerse llegando a pie y no se permitirá la movilización de vehículos de 2 a 4 ruedas. A partir del lunes 18 de mayo, los mercados cantonales y municipales podrán abrir los lunes, miércoles y jueves, en un horario de 6:00 horas a 13:00 horas.... Ver más</p>  <p>Disposiciones PRESIDENCIALES TIENDAS DE BARRIO Y ABARROTERÍAS</p> <p>Podrán abrir los días 15, 16 y 17 de mayo de 8 a 11 de la mañana, solo es permitido llegar a pie</p> <p>34 10 comentarios, 5 veces compartido</p>

Twitter: PNC Guatemala
<https://twitter.com/PNCdeGuatemala>

<p>PNC Guatemala @PNCdeGuatemala · 11 may. La mascarilla en la barbilla y el casco en el codo no protegen, por favor úsalos correctamente, recuerda que solo #JuntosSaliremosAdelante estamos #UnidosContraElCoronavirus #YoUsoMascarilla #QuédateEnCasa</p> 	<p>PNC Guatemala @PNCdeGuatemala · 10 may. En este momento ya deberías de estar en tu casa, compartiendo con tus hijos, leyendo ese libro que has tenido guardado. #QuédateEnCasa #ProtegerYServir #JuntosSaliremosAdelante #UnidosContraElCoronavirus</p> 	<p>PNC Guatemala @PNCdeGuatemala · 11 may. A esta hora es buen momento para iniciar el retorno a casa y evitar el congestionamiento vehicular. #JuntosSaliremosAdelante #ProtegerYServir #YoUsoMascarilla #QuédateEnCasa #UnidosContraElCoronavirus</p> 
<p>PNC Guatemala @PNCdeGuatemala · 10 may. Además, se encontraron 04 cargadores para fusil, y 66 cartuchos 9mm. la cantidad de 91 cartuchos calibre .223, también dinero en efectivo de Q.15.930 en diferentes denominaciones, por lo que serán puesto a disposición de Juzgado Correspondiente.</p> 	<p>PNC Guatemala @PNCdeGuatemala · 11 may. Juntos saldremos adelante, Guatemala nos necesita unidos. #QuédateEnCasa #UnidosContraElCoronavirus #ProtegerYServir</p> 	<p>PNC Guatemala @PNCdeGuatemala · 11 may. Este día, los agentes de la comisaría 16 entregaron 30 bolsas de víveres a igual número de familias de la aldea Los Curup, en San Juan Sacatepéquez, con el fin de ayudar a los pobladores de escasos recursos de esa localidad, fueron donados por ciudadanos de buen corazón.</p> 
<p>PNC Guatemala @PNCdeGuatemala · 12 may. #YoUsoMascarilla Día a día, nuestros agentes se preparan para salir a trabajar por Guatemala, unidos y protegidos saldremos adelante, usa mascarilla. #QuédateEnCasa #UnidosContraElCoronavirus #ProtegerYServir #JuntosSaliremosAdelante</p> 	<p>PNC Guatemala @PNCdeGuatemala · 11 may. Por el bien de todos, utiliza mascarilla #JuntosSaliremosAdelante estamos #UnidosContraElCoronavirus #YoUsoMascarilla #QuédateEnCasa #ProtegerYServir</p> 	<p>PNC Guatemala @PNCdeGuatemala · 12 may. La PNC envía un cordial saludo a todas las enfermeras que día a día luchan por la salud de todos. #ProtegerYServir</p> 
<p>PNC Guatemala @PNCdeGuatemala · 12 may. Como parte de las acciones de acercamiento comunitario que la PNC realiza y con el apoyo de distintas emisoras radiales del departamento de Petén, el personal policial da a conocer las medidas preventivas para prevenir el coronavirus y la importancia de la cultura de denuncia.</p> 	<p>PNC Guatemala @PNCdeGuatemala · 15 may. También se incautó un celular, varias cajas de teléfono sin factura, chip, dos tolvos y una pistola. Se ampliará.</p> 	<p>PNC Guatemala @PNCdeGuatemala · 15 may. Representantes de Domino's Pizza se solidarizan con agentes de la #PNC del departamento de Jalapa, entregando alimentos al personal que realiza acciones de seguridad y de prevención. Gracias, vamos a salir de esta trabajando juntos. #JuntosSaliremosAdelante #ProtegerYServir</p> 

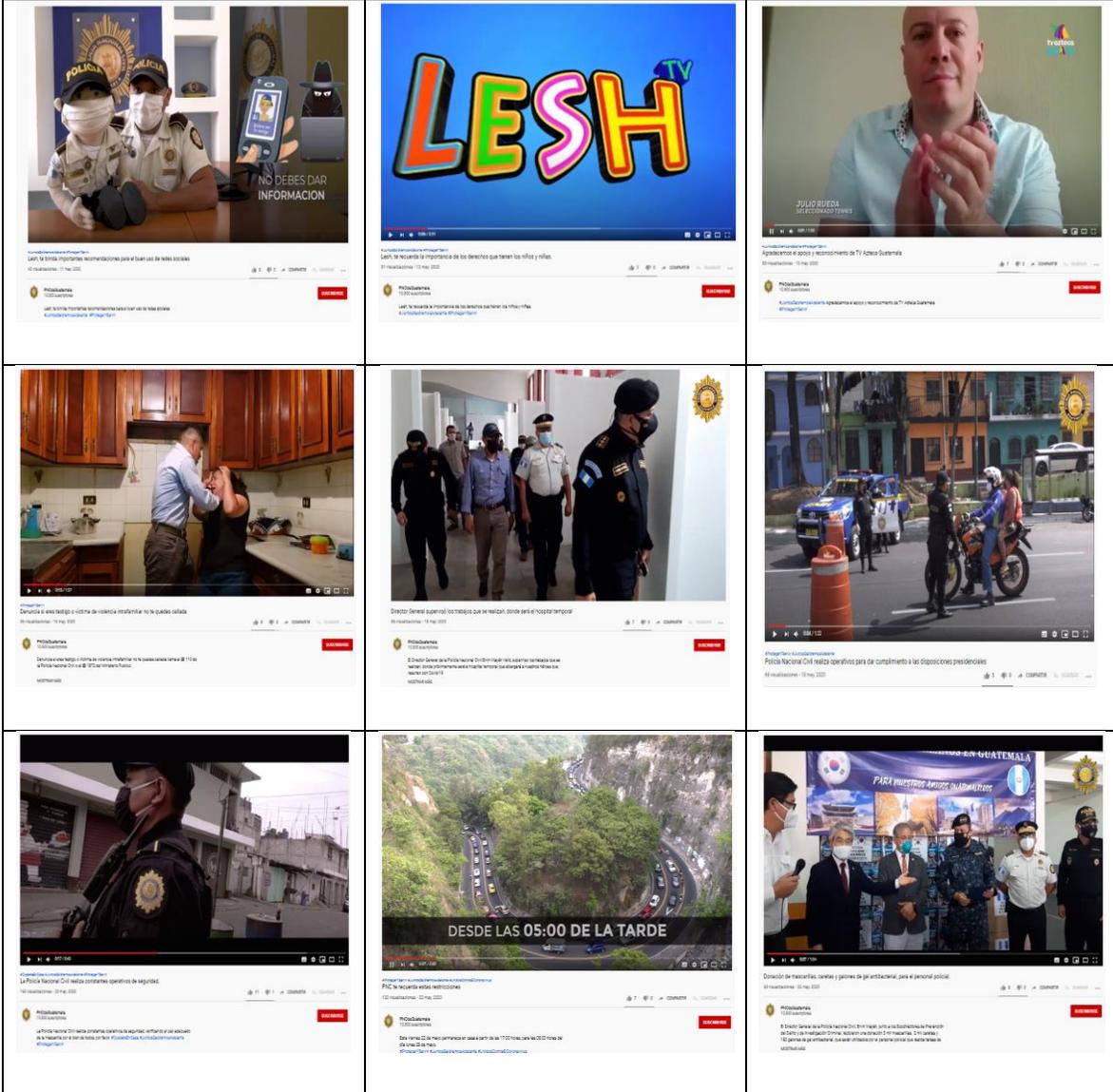
Instagram: pncdeguatemala

<https://www.instagram.com/pncdeguatemala/?hl=es-la>

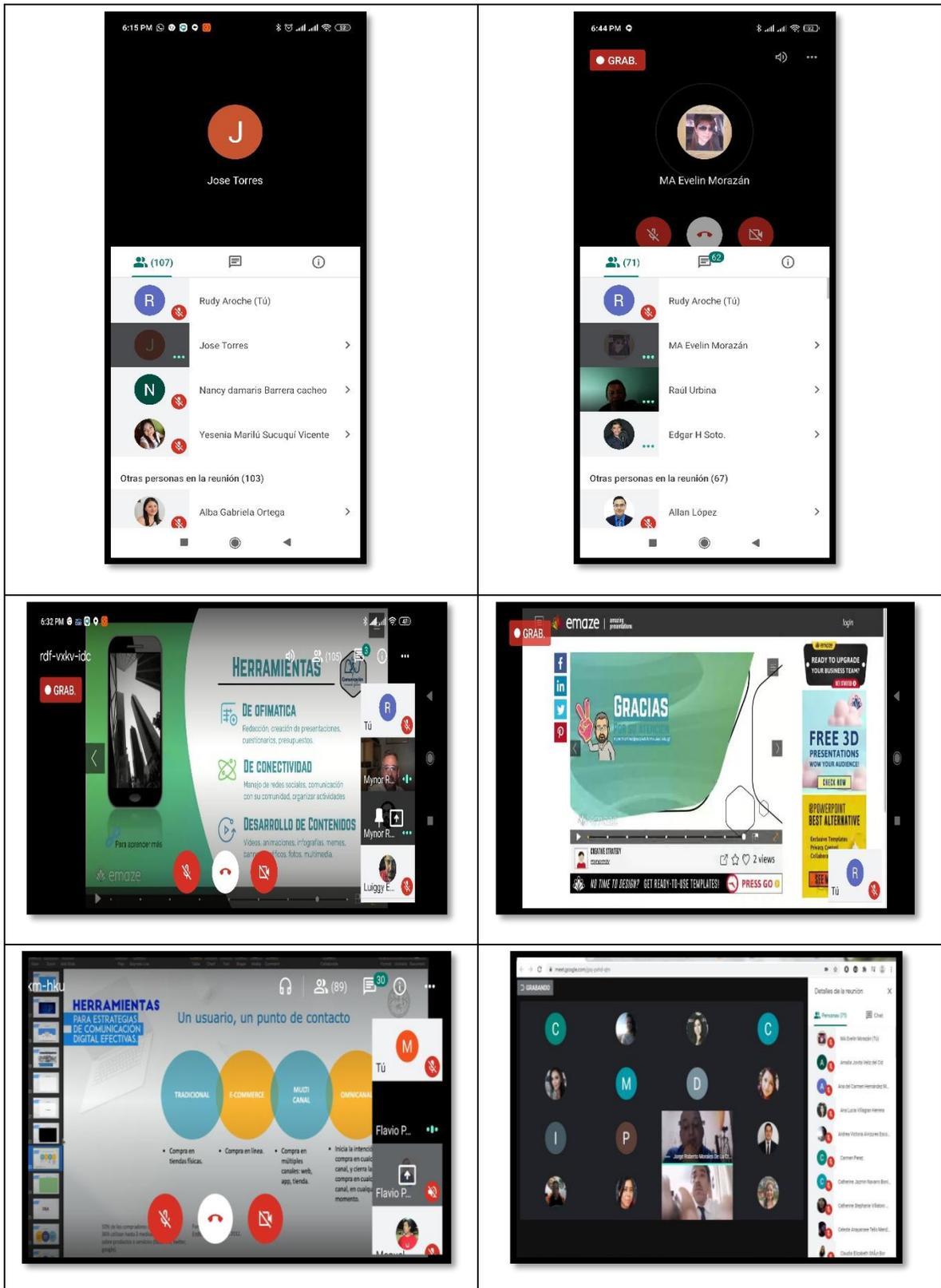
<p>Instagram post from pncdeguatemala. The image shows a police officer in uniform standing next to a blue patrol car. The text on the car reads "HOY MAS QUE NUNCA GUATEMALA TE NECESITA EN CASA". The post has 132 Me gusta and 29 likes.</p>	<p>Instagram post from pncdeguatemala. The text reads: "El Director General de la Policía Nacional Civil aclara que: Ante los FALSOS señalamientos en mi contra que circulan en redes sociales, luego de una citación de la Bancada TODOS encabezada por los diputados Camello García, Felipe Aljau y José Ulloa; ante los guatemaltecos me permito aclarar: Que es absolutamente FALSO que como Director General de la Policía Nacional Civil, me haya sometido a condiciones o haya otorgado alguna en favor de mi familia, dado que esa es una competencia jurídica que corresponde únicamente a un Ministro de Gobernación, y no en calidad de Director como talmente pretenden hacer ver; en falso también, que como Director haya permitido la contratación de mis familiares, dado que, al amparo de los derechos laborales que garantiza la Constitución Política de la República, ahora en mi calidad de Director puedo destituir y perdonar que desde ahora anteriores vienen prestando sus servicios laborales en la PNC. Seguridad de mi cargo asegurado con principio y valores, con el fiel cumplimiento al ordenamiento jurídico de nuestro país. Director General de la PNC, Erwin G. Mayen V." The post has 105 Me gusta and 29 likes.</p>	<p>Instagram post from pncdeguatemala. The image shows two police officers in uniform sitting at a table. The text on the table reads "GENTE LESH". The post has 536 reproducciones and 19 likes.</p>
<p>Instagram post from pncdeguatemala. The image shows a police officer in uniform sitting at a table. The text on the table reads "EL USU REDES". The post has 536 reproducciones and 19 likes.</p>	<p>Instagram post from usembassyguatemala. The image shows a police officer in uniform sitting on a couch with a woman. The text on the couch reads "30 Me gusta usembassyguatemala #Enbarraega felicita al Director General @PNCdeGuatemala Erwin Mayen por sus labores". The post has 34 Me gusta and 19 likes.</p>	<p>Instagram post from pncdeguatemala. The image shows a police officer in uniform sitting on a bench in a park. The text on the bench reads "DÍA DEL ARBOL". The post has 105 Me gusta and 29 likes.</p>
<p>Instagram post from pncdeguatemala. The image shows a police officer in uniform standing next to a blue patrol car. The text on the car reads "HOY MAS QUE NUNCA GUATEMALA TE NECESITA EN CASA". The post has 1734 reproducciones and 19 likes.</p>	<p>Instagram post from pncdeguatemala. The image shows a police officer in uniform talking to a woman. The text on the woman reads "Denuncia si eres víctima de violencia familiar no te pudes callar llama al 110 de la Policía Nacional Civil o al 112 del Ministerio Público". The post has 1433 reproducciones and 19 likes.</p>	<p>Instagram post from pncdeguatemala. The image shows a cartoon illustration of a police officer. The text reads "RESPETA LAS NUEVAS DISPOSICIONES PRESIDENCIALES" and "PROTEGER Y SERVIR". The post has 228 Me gusta and 19 likes.</p>
<p>Instagram post from pncdeguatemala. The image shows a police officer in uniform sitting at a table. The text on the table reads "PROTEGER Y SERVIR". The post has 951 reproducciones and 19 likes.</p>	<p>Instagram post from pncdeguatemala. The image shows a police officer in uniform sitting on a bench in a park. The text on the bench reads "A PARTIR DEL VIERNES 22 DE MAYO". The post has 1222 reproducciones and 19 likes.</p>	<p>Instagram post from pncdeguatemala. The image shows a police officer in uniform sitting at a table. The text on the table reads "GENTE LESH". The post has 483 reproducciones and 19 likes.</p>

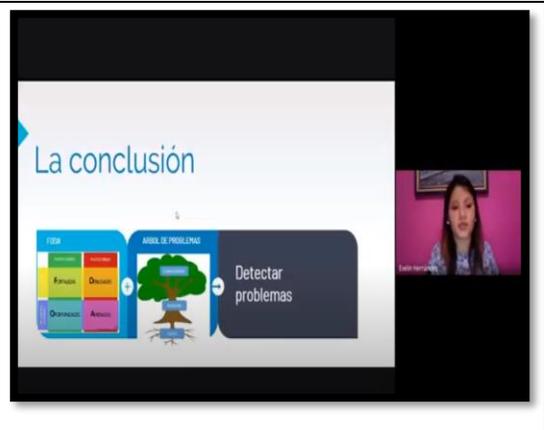
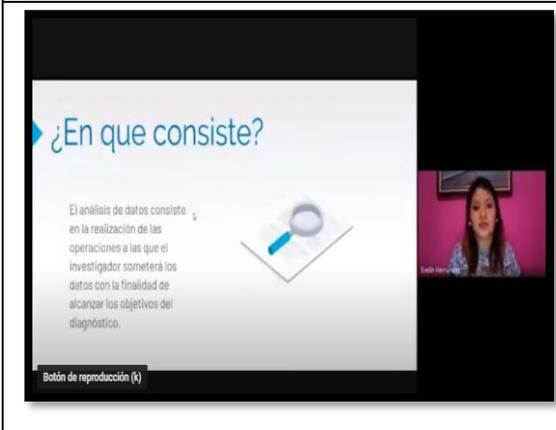
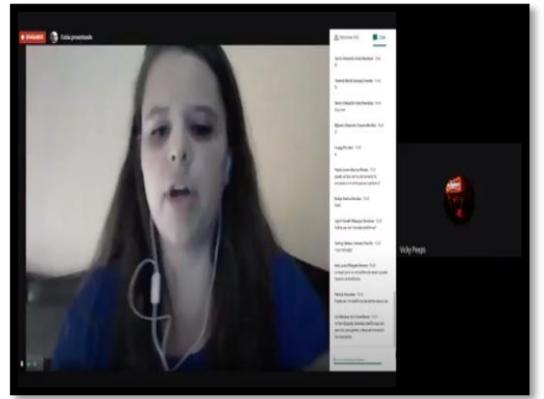
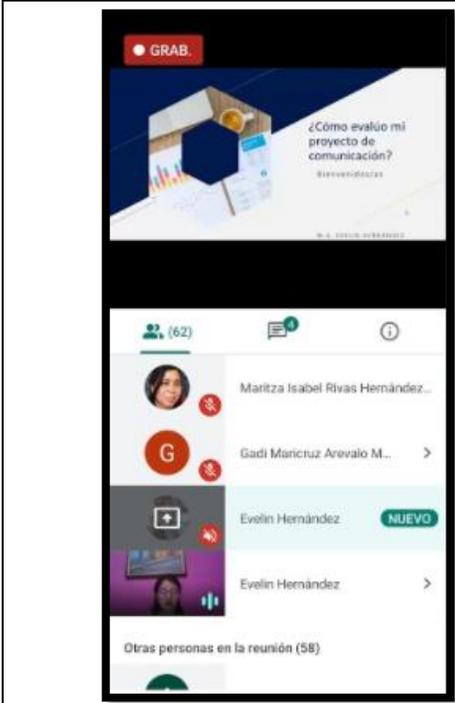
Instagram: pncdeguatemala

<https://www.instagram.com/pncdeguatemala/?hl=es-la>



d. Documentación de las conferencias recibidas





Comunicación Organizacional y Corporativa

Es la totalidad de los recursos de comunicación de los que dispone una organización para llegar efectivamente a sus públicos. Es decir, la Comunicación Corporativa de una entidad es todo lo que la empresa dice sobre sí misma.

INTERNA Y EXTERNA

Formas de comunicación humana,

- Según medio de empleo
 - Verbal
 - No verbal
 - Gráfica
- Según ámbito de aplicación
 - Interna
 - Externa
- Según flujo
 - Vertical
 - Horizontal
 - Rumores
- Según grado
 - Formal
 - Informal

Shalder y Zarow

RUIDO

COMUNICACIÓN EXTERNA

ATL

BTL

Redacción de Objetivos para Diagnóstico y Est...

más ta... Compartir

MÁS VIDEOS

W. Pérez

Objetivos

- Son objetivos claros y entendiados en su posible realización que se pretenden alcanzar en un tiempo determinado.
- Los objetivos reflejan el nivel de conocimiento de la persona que los redacta. Conocimiento de su propia realidad y de la realidad organizacional a la que alude.
- De los objetivos se derivarán las acciones e instrumentos para investigar.
- Al no identificarse problemas específicos a la realidad, se proponen líneas de investigación que no solucionan o analizan un problema en sí mismo.
- Al implementarse acciones fuera de contexto o no pertinentes al diagnóstico, la organización, comprometerá recursos económicos, tiempo, credibilidad.

Conocimiento, Realidad, Diagnóstico, Estrategia

Pausa (3)

W. Pérez

e. Capacitación Virtual Tips para el Manejo de Redes Sociales y Casos de Éxito.

**CAPACITACIÓN VIRTUAL
TIPS PARA EL MANEJO DE REDES SOCIALES
Y CASOS DE ÉXITO**

**Viernes 21 agosto 2020
10:00 horas
Por la plataforma Google Meet.**

Impartido por:
Jorge Mario Loarca

- Social Media Manager
- 08 años de experiencia en Social Media.
- Ha trabajado para empresas en Guatemala como: Grupo UNICOMER (La Curacao, Tropigas y RadioShack), Shalom S.A., GPG y Seguros Universales.
- Diseñador de contenido multimedia.

Logos: Facebook, Instagram, YouTube, Twitter, Ministerio de Educación, Instituto Nacional de Comunicación.

Fuente: Elaboración propia.

facebook Community Update + 27 2015

1.65 Billion on Facebook each month
1 Billion on WhatsApp each month
900 Million on Messenger each month
400 Million on Instagram each month

facebook Community Update julio 2015

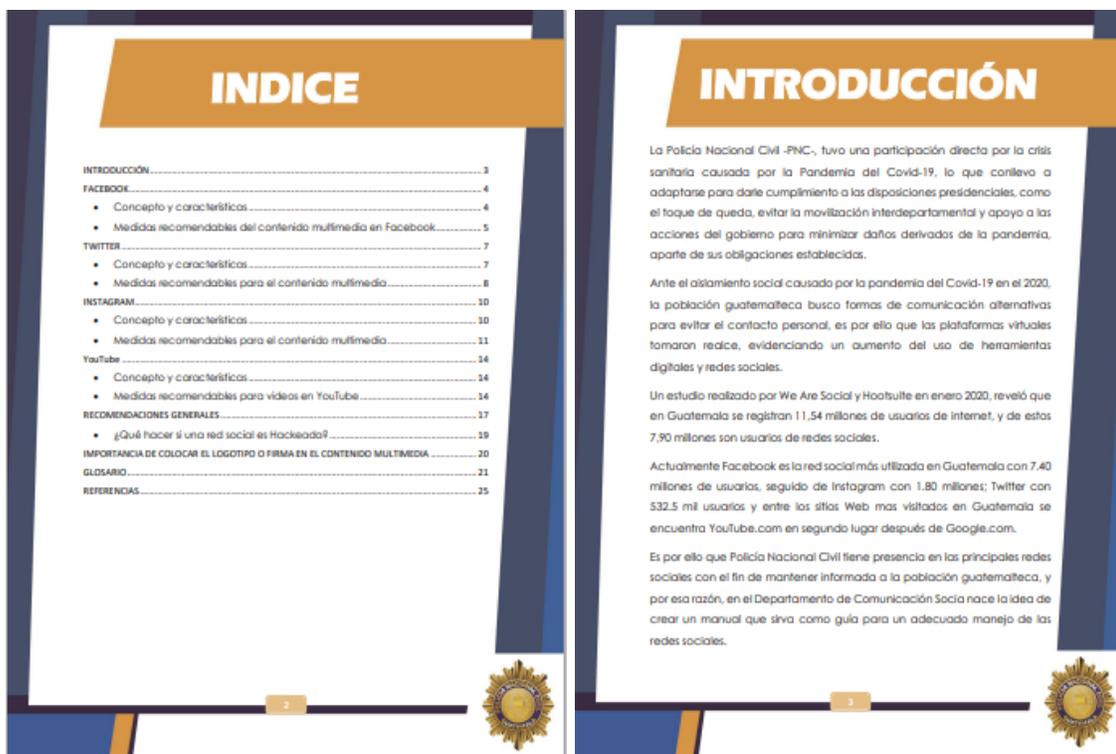
1.49 Billion people on Facebook each month
800 Million people on WhatsApp each month
700 Million people on Messenger each month
300 Million people on Instagram each month
1.5 Billion searches daily
1 Billion people offered access through Internet.org
850 Million people using Groups on Facebook
450 Million people using Events on Facebook
40 Million small businesses using Pages

Participants in the meeting:
Rudy Ariel Aroche Ramírez (Tú)
Wilmer Giovanni Vásquez
Jorge Loarca
Jorge Loarca
Otras personas en la reunión (3)
Alvin López

f. Manual para el manejo de redes sociales



Fuente: Elaboración propia.



Fuente: Elaboración propia.

f FACEBOOK

- Concepto y características**

Es un sitio web de múltiple plataforma enfocada en la interacción de usuarios de manera individual o grupal. Así también se caracteriza por ser flexible para la publicación de múltiples contenidos multimedia como textos, fotos y videos.

Facebook se integra por 04 modalidades: perfil, grupos, página o "fan page" y aplicación. El perfil es utilizado para el uso personal, desde acá el usuario tiene la posibilidad de ser incluido en grupos o bien seguir páginas de interés, así como, interactuar y compartir contenido multimedia.

En cambio, la página o Fanpage es utilizada para el uso de figuras públicas, negocios, organizaciones e instituciones públicas y privadas, para lograr un acercamiento e interacción con sus públicos. En la misma el número de fans o seguidores es limitado, mientras que en el perfil solo se permite un límite de 5,000 contactos.

El material o información compartida por las redes sociales se le denomina "publicación", en la cual los usuarios pueden interactuar a través de comentarios, o bien por medio de reacciones virtuales como: "me gusta", "me encanta", "me importa", "me divierte", "me asombra", "me entristece" y "me enoja".



Es importante mencionar que, los usuarios al darle "me gusta" a una página, serán notificados sobre publicaciones nuevas de referida página.

Por lo tanto, la Policía Nacional Civil de Guatemala, tiene presencia en Facebook por medio de una página, con el fin de informar e interactuar con la población.

f FACEBOOK

- Medidas recomendables del contenido multimedia en Facebook**

Para que el contenido multimedia publicado en la página o "fan page" de la Policía Nacional Civil sea agradable a nuestros seguidores es recomendable seguir los siguientes parámetros de medidas. En cuanto a imágenes es recomendable que las imágenes sean publicadas en formato JPG, para que el tiempo de carga sea rápida, pero si es para publicar un logo o texto se recomienda en formato PNG, esto hace que la resolución sea más óptima. A continuación, algunos ejemplos:



FOTO DE PERFIL

CONTENIDO PUBLICADO CON ENLACE

Fuente: Elaboración propia.

f FACEBOOK



TWITTER

- Concepto y características**

Twitter es un servicio que permite que los grupos de amigos, familiares y compañeros de trabajo se comuniquen y estén en contacto a través de mensajes rápidos y frecuentes. Las personas publican Tweets, que pueden contener fotos, videos, enlaces y texto. Estos mensajes se publican en tu perfil, se envían a tus seguidores y también se pueden encontrar a través de la búsqueda de Twitter".

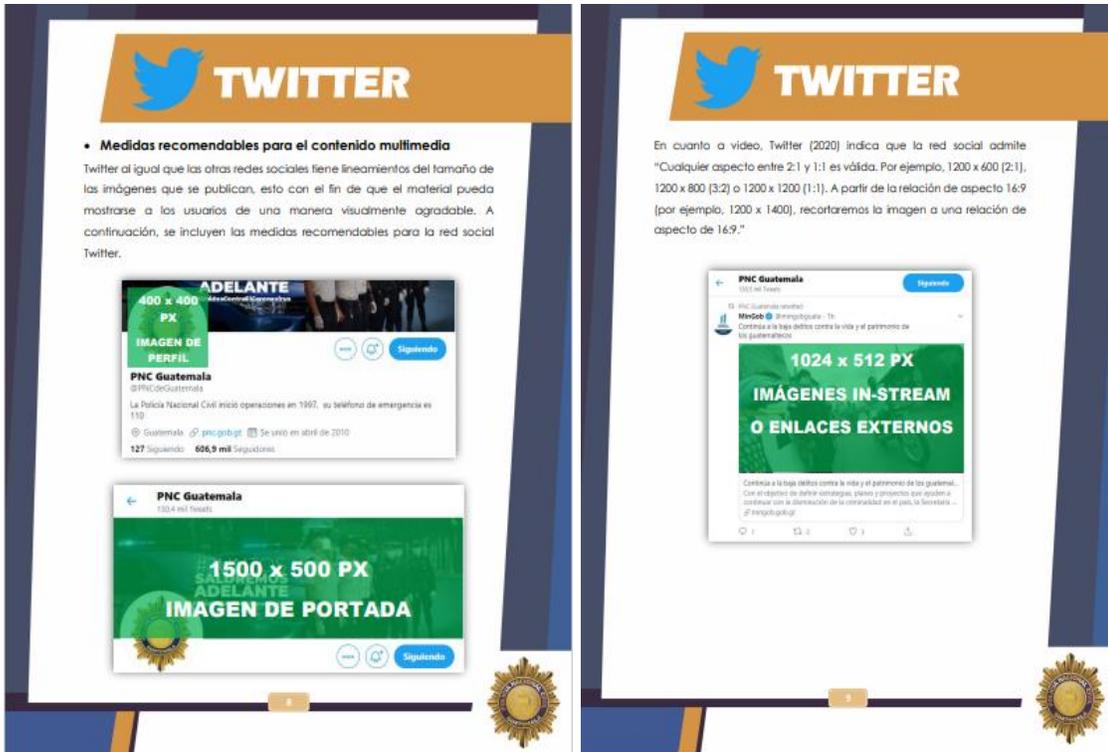
Es una red social para enviar mensajes cortos, con un máximo de 280 caracteres, los cuales son mensajes públicos, denominados "Tweet", la plataforma también admite enviar mensajes privados o directos entre usuarios.

Las publicaciones o Tweets también generan reacciones virtuales, como el icono de "me gusta"; admite recibir comentarios o respuestas; puede ser reenviado para ser compartido con otros usuarios; y la función llamada "Retweet" lo cual realiza la función de volver a publicar un tweet de otro usuario en nuestra cuenta.



La Policía Nacional Civil, está presente en Twitter por medio de una cuenta oficial "PNC Guatemala", en la misma se proyectan las acciones positivas de la institución, campañas informativas pro-denuncia, información para prevención del delito, e información relacionada al trabajo que se realiza a nivel nacional.

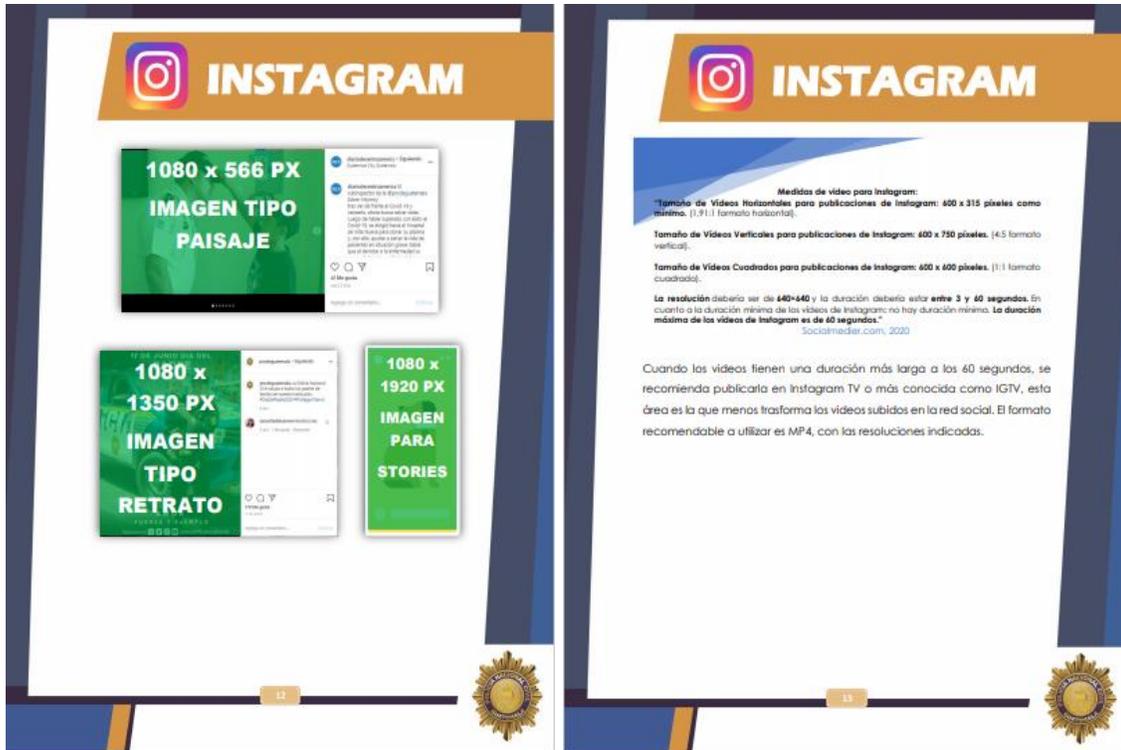
Fuente: Elaboración propia.



Fuente: Elaboración propia.



Fuente: Elaboración propia.



Fuente: Elaboración propia.



Fuente: Elaboración propia.

YouTube



1280 x 720 PX
TAMAÑO EN VIDEOS

El tamaño que YouTube indica es para cumplir un estándar con resolución HD; aunque actualmente la plataforma acepta resoluciones de imagen en formato 4k e incluso 8K.

15



RECOMENDACIONES GENERALES

- Gramática y ortografía, son dos elementos muy importantes que no deben faltar al momento de redactar en las redes sociales; el hecho que sean mensajes cortos, no quiere decir que se descuiden estos aspectos, cualquier error cometido puede ser visto por un gran número de usuarios y afectaría la imagen de la Policía Nacional Civil.
- La Policía Nacional Civil, siempre deberá tener presencia en redes sociales por medio de página o FanPage, ya que es el formato especializado para figuras públicas, instituciones públicas y privadas.
- El gestor de las redes sociales de la PNC, deberá comunicarse con los usuarios de forma impersonal, evitando siempre emitir su opinión personal; y sobre todo deberá responder como institución.
- Al publicar frases o titulares escritos por otros, citar correctamente utilizando comillas.
- Evitar escribir textos solo con mayúsculas ya que esto se interpreta como "alzar la voz o gritar"
- Al emitir comentarios o publicaciones, evitar posturas relacionadas a raza, religión, política o sexualidad.

17



Fuente: Elaboración propia.

RECOMENDACIONES GENERALES

- Siempre agradecer las menciones y comentarios positivos, esto hará que se fortalezca la relación con nuestro público y usuarios.
- Se sugiere que se coloquen enlaces de publicaciones de las otras redes o página Web de la institución para aumentar el número de visitar y seguidores entre ambas.
- El gestor de redes sociales debe recordar siempre que el dialogo es lo que fortalece la presencia en las redes. Se puede responder en público o bien por medio de mensajes privados.
- Se recomienda realizar evaluaciones periódicas de la gestión de redes sociales para determinar el nivel de impacto, contenido visto, comentarios, Likes, número de visitas entre otros.
- Utilizar siempre Hashtag para que nuestro público pueda realizar contacto con el contenido de la Policía Nacional Civil.
- El community manager, podrá reportar, ocultar o eliminar comentarios o enlaces con contenido ofensivo o referencia a sitios ilegales, de violencia, sexo, racismo o discriminación.
- Siempre tomar en cuenta las normas de uso general de las distintas redes sociales en las cuales tiene presencia la PNC de Guatemala.
- Monitorear las menciones de PNC que otros usuarios realizan para estar informado de lo que hablan de la institución.

18



RECOMENDACIONES GENERALES

- Todo contenido multimedia a publicar, no deberá estar protegido por derechos de autor, o bien tener los permisos correspondientes para su uso.
- se recomienda que se monitoreen otras redes sociales de instituciones policiales homólogas de otros países para tomar ideas que puedan ser aplicables en redes sociales de la Policía Nacional Civil, con el fin de optimizar el manejo.

• ¿Qué hacer si una red social es Hackeada?

- Deber contactar a la mesa de ayuda tecnológica de tu institución lo más pronto posible. De esta forma ellos empezarán el trabajo de bloquear la cuenta, recuperar la información o denunciar el hecho.
- Envíe mensajes sobre lo sucedido a través de tus otros canales; de esta forma informará a tus usuarios de la suceso y evitará que sean víctimas de cualquier hecho que ocurra durante el tiempo en el que no tengas el dominio de tu cuenta.
- Cuando recuperes la cuenta, informólo a los usuarios.
- Retomar la generación de contenidos de la cuenta que fue afectada, recordando que nuevamente está bajo control de la institución responsable de los contenidos de la cuenta hackeada.® (Fuerza de Tarea Digital)

19



Fuente: Elaboración propia.

IMPORTANCIA DE COLOCAR EL LOGOTIPO O FIRMA EN EL CONTENIDO MULTIMEDIA



1. Evita que nuestro contenido sea copiado o utilizado de forma incorrecta. 
2. Promueve el trabajo realizado por la institución. 
3. Nuestro público objetivo sabe quien es el autor y del lugar que proviene. 
4. Se interpreta como una forma de publicidad que potenciará la imagen corporativa de la PNC. 



20

GLOSARIO



A

Alcance: es una unidad de medida que nos ayudara para medir los resultados de una actividad, en otras palabras, nos brinda información de cuantos han observado nuestro contenido.

Apps: son programas que nos facilitan realizar ciertas actividades en la red, es decir nos brindan algún tipo de funcionalidad en dispositivos electrónicos.

Avatar: es una imagen utilizada por los usuarios para representarse virtualmente en aplicaciones o redes sociales.

B

Banner: es la forma en se representa un anuncio publicitario en un sitio Web, o red social, por lo regular tiene una forma rectangular vertical.

Branding: es el proceso utilizado para que los consumidores o usuarios asocian una marca a determinado valor.

C

Código QR: es un acotador grafico digital que nos permite representar en forma de código de barras acciones que van desde un sitio web, número telefónico a redirección a alguna aplicación.

CPM: término utilizado para para medir resultados en medios de comunicación convencional, pero en lo digital es utilizado como forma de pago, ya que el anunciante paga por las veces que se muestra su anuncio a los usuarios.



21

Fuente: Elaboración propia.

GLOSARIO

CPC: en esta modalidad el cliente digital paga por la cantidad de veces que el usuario interactúa con su anuncio en medios digitales.

Community Manager: más conocido como gestor o administrador de una comunidad virtual; es el responsable de realizar enlaces con los usuarios o público objetivo, con el fin de fortalecer y mantener las relaciones entre cliente y organización.

E

Enlaces o Links: es el conjunto grafico presentado por letras, números y signos, que nos trasportaran virtualmente a otro sitio Web, contenido, aplicación o archivo.

F

Feed: son como los titulares que nos describen el contenido o información que vamos a encontrar en un sitio Web o red social.

Feedback: es la respuesta o reacción que se obtiene por parte de los usuarios, referente a la información que publicamos.

Follower o Seguidor: término utilizado en redes sociales, se le llama así al usuario que sigue nuestra página o perfil.

G

GI: (Graphic Interchange Format) es un tipo de imagen que tiene movimiento por medio de un número determinado de fotogramas.



22

GLOSARIO

H

Hashtag: son palabras o frases utilizadas en las redes sociales para vincular una publicación a determinado tema, este se utiliza anteponiendo el símbolo #.

J

JPG: Joint Photographic Experts Group (Grupo Conjunto de Expertos en Fotografía), es un formato de fotografía o fotografías.

K

KPI: (Key Performance Indicator), indicador de gestión, es decir nos ayuda en medir la efectividad de una estrategia o acción en la red digital. Por ejemplo, puede que este compuesto de, clics, número de visitas o likes.

L

Like: es la forma que los usuarios califican positivamente el contenido multimedia en las redes sociales.

M

Microbloggin: se le llama así, al contenido digital que tiene limitación de escritura de caracteres, termino mas utilizado en Twitter.

P

Público Objetivo o Target: se le llama así al grupo o conjunto de personas potenciales al cual se dirige nuestra información.



23

Fuente: Elaboración propia.

GLOSARIO

R

Retweet: es cuando se reenvía un tweet a nuestros seguidores o a un usuario en específico, también llamado RT.

@replies, mentions o menciones: es la forma en la cual etiquetamos o llamamos a alguien en alguna publicación, se antepone el símbolo de @ antes del nombre, ejemplo @PNCdeGuatemala.

S

Segmentar: es la acción de dividir o agrupar parte de la audiencia o parte del mercado.

Stories o historias: es una clase de publicación temporal, con un tiempo de duración de 24 horas, más utilizado en Whatsapp, Facebook e Instagram.

T

Time Line o Cronología: se le llama así al conjunto o historial de publicaciones de una cuenta o usuario de redes sociales.

Trendent Topic, Trends o Tema de momento: como su nombre lo indica, son las 10 palabras más mencionadas por los usuarios en determinado momento.

Tweet: es un mensaje publicado en Twitter; puede contener fotos, videos, enlaces y texto.

Twitterers o Twitters: se le denomina así al usuario de la red Twitter.

24



REFERENCIAS

- Fuerza de Tarea Digital. (s.f.). Manual de Gestión de la Comunicación en Redes Sociales. Colombia.
- Universidad Complutense de Madrid, España (2018), Guía de usos y estilo en las redes sociales de la Universidad Complutense de Madrid
- Twitter (2020), consultado el 11 de agosto de 2020, <https://help.twitter.com/es/new-user-faq>.
- Twitter (2020), consultado el 15 de agosto de 2020, <https://business.twitter.com/es/help/campaign-setup/advertiser-card-specifications.html>
- Fmbdesign (2019), consultado el 22 de agosto de 2020, <http://www.fmbdesign.com/diccionario-html/doc/diccionario-nilego.pdf>
- Twitter (2020), consultado el 22 de agosto de 2020, <https://es.twitter.com/glosario/>
- Beleteon.com, (2018), Glosario De Términos: Social Media & Marketing Digital, consultado el 23 de agosto de 2020, <http://guiademarketingventas.com/wp-content/uploads/2018/07/Glosario-Social-Media-Marketing-Digital-beleteon.com.pdf>
- We Are Social & Hootsuite, Digital Guatemala, (enero 2020), recuperado el 23 de agosto de 2020, <https://datareportal.com/reports/digital-2020-guatemala>
- Laura Montells, (2020), meltricol.com recuperado el 17 de agosto de 2020, <https://meltricol.com/es/tamano-imagenes-redes-sociales/>

25



Fuente: Elaboración propia.

g. Propuesta para optimizar el canal de YouTube de la PNC



PROPUESTA PARA OPTIMIZAR EL CANAL DE YOUTUBE DE LA POLICÍA NACIONAL CIVIL

Elaborado por: Rudy Arriel Aroche Ramírez
Especialista de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala, para optar al título de Licenciado en Ciencias de la Comunicación

PROPUESTA PARA OPTIMIZAR EL CANAL DE YOUTUBE DE LA POLICÍA NACIONAL CIVIL

En el presente documento se incluye una propuesta para la optimización del canal de YouTube de la Policía Nacional Civil, con el fin de fortalecer la comunicación externa a través de la referida red social.

Durante un diagnóstico realizado al canal, se detectaron ciertas debilidades que pueden ser solucionadas, mediante la implementación de una serie de cambios que servirán para impular la imagen institucional de la PNC.

Es de recordar que YouTube, es el segundo sitio Web con mayor número de visitas a nivel mundial y a nivel Guatemala, según un estudio realizado por We Are Social y Hootsuite en julio 2020.



Esto es una de las razones por las cuales YouTube es una herramienta comunicativa muy eficaz, y debe ser aprovechada correctamente para atraer al público objetivo.

Fuente: Elaboración propia.

I. Problemas detectados y sus soluciones

1. Nombre del canal

YouTube funciona por medio de algoritmos, los cuales utiliza la red social para irte mostrando contenido multimedia al usuario en razón de lo que busca y del contenido que visualizó.

1.1 Problema

El nombre del canal debe cumplir ciertos parámetros para que el usuario pueda encontrar fácilmente el canal y contenido producido por la PNC. Con respecto a esta información, se realizó la búsqueda en YouTube de las palabras "Policía Nacional Civil", "PNC de Guatemala" "Policía de Guatemala", pero el canal institucional no aparece entre los primeros resultados y esto sucede por varias razones, entre ellas el "Nombre del Canal".

El canal únicamente aparece en búsquedas, si el usuario escribe de forma literal "PNC de Guatemala" (sin espacios). Lo principal de elegir y colocar el nombre de forma adecuada, es que el creador o gestor del canal debe pensar como el usuario realiza sus búsquedas. Tomando en cuenta escribir algún nombre separado por espacios.

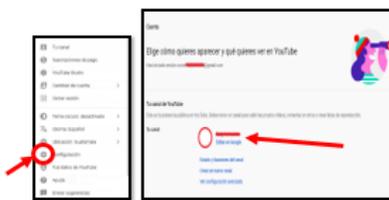
1.2 Solución

Se sugiere que el nombre del canal sea cambiado por alguna de las siguientes opciones:

- Policía Nacional Civil de Guatemala
- PNC de Guatemala (palabras separadas por espacios)
- Policía de Guatemala
- O algún nombre escrito por palabras separadas por espacios.

Proceso:

- ✓ Nos dirigimos a la red social <https://www.youtube.com/> donde ingresaremos los datos institucionales para iniciar sesión o [loguearnos](#).
- ✓ Nos dirigimos al apartado que se encuentra en la parte superior derecha de la página y en la fotografía de la cuenta daremos un clic y nos desplegará una serie de opciones, en la cual elegiremos "configuración".

Fuente: Elaboración propia.

✓ A un costado de la imagen del canal nos da la opción de "Editar en Google" en la cual nos abrirá una ventana donde podremos cambiar el nombre, y listo el nombre del canal estará cambiado.



2. Listas de Reproducción

La plataforma brinda la opción de crear listas de reproducción con el fin de ordenar el contenido audiovisual, además, al tener el contenido ordenado en listas de reproducción, el algoritmo de YouTube también ayudará a impulsar que los usuarios permanezcan más tiempo visualizando nuestros videos.

2.1 Problema

El canal de YouTube de PNC de Guatemala solo cuenta con una lista de reproducción conteniendo 02 videos.



2.2 Solución

Se sugiere que se ordene el contenido que está subido en la plataforma, creando listas de reproducción, por ejemplo: se puede crear una lista reproducción con el nombre "agente **León**" y en ella ingresar todas las videos relacionados a este personaje.

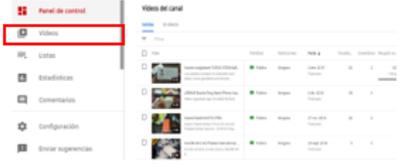
Proceso:

Para crear listas de reproducción existen varias formas, y a continuación se mostrará una.

✓ Nos dirigimos a nuestro canal y posterior elegimos la opción "YouTube estudio".



✓ Después del lado izquierdo nos desplegará una lista de opciones donde se elegirá "Videos", y desplegará el listado de todos los videos subidos al canal.



Fuente: Elaboración propia.

✓ Al seleccionar algún video nos mostrará en la parte superior una serie de opciones.



En esta opción podremos elegir uno a varios videos a la vez, para posteriormente dirigimos al apartado de "añadir a la lista de reproducción".

✓ En el siguiente cuadro, podremos agregar los videos seleccionados, a una o varias listas de reproducción, y se guardarán al elegir la opción (1) "guardar"; (2) si queremos crear una lista nueva, también podremos crearla desde acá, seleccionando la opción "nueva lista de reproducción".



Se recomienda que la visibilidad de las listas sea pública para que estén disponibles para todos los usuarios.

3. Uso Inadecuado Keywords o palabras claves

Siguiendo con el tema de los algoritmos de YouTube, el uso de palabras clave hará que los usuarios sean redirigidos a nuestros contenidos, y por consiguiente ayudará a atraer más usuarios a nuestro canal.

3.1 Problema:

Se reviso el canal de la Policía Nacional Civil, y se corroboró que las palabras claves que tiene no son las idóneas correspondientes a la institución policial. Como las palabras claves están ocultas al público para su verificación se utilizó un método desde el navegador de Google Chrome, en el cual ingresamos al canal de PNC; en la opción de "Más información" damos clic derecho y en el cuadro desplegado elegimos "ver código fuente".



Al elegir esta opción nos desplegará los códigos fuente con muchos códigos, ya abierto realizamos una búsqueda con "CTRL + F", y en el cuadro de búsqueda escribimos la palabra "keywords" y en automático nos mostrará las palabras clave que tiene incrustadas nuestro canal.

Fuente: Elaboración propia.



```

<meta name="title" content="PNCdeGuatemala">
<meta name="description" content="Disfruta de los videos y la m gusta, sube material original y comparte el contenido con tus amigos, resto del mundo en YouTube.">
<meta name="keywords" content="video, compartir, teléfono con video, gratis, subida">

```

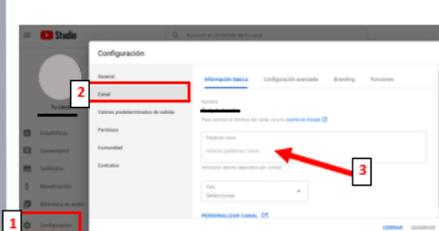
En la imagen anterior podemos observar que el canal de PNC registra **Keywords** que no tienen relación a la temática institucional.

3.2 Solución

Se sugiere que del canal sean retiradas las palabras clave que tiene vinculadas actualmente, y se aconseja que se coloquen de 7 a 9 palabras clave como máximo, y que las nuevas palabras sean vinculantes al canal de PNC de Guatemala.

Proceso:

- ✓ Nos dirigimos al canal y elegimos "YouTube Studio", en esa opción (1) buscamos de lado izquierdo la opción "configuración", (2) elegimos la opción "canal" y (3) en el cuadro desplegado podremos modificar, quitar o agregar las palabras clave que se consideren idóneas.



Algunos ejemplos o sugerencias de palabras claves que se pueden utilizar:

- **Policia de Guatemala**
- policía nacional
- fuerza pública
- **Caro Policía seguridad**, Guatemala
- Gobierno de Guatemala
- Institución de Gobierno
- prevención del delito
- noticia

Las palabras claves no significan que sean solo palabras, se pueden ingresar frases, como las anteriormente descritas.

Fuente: Elaboración propia.

4. No se tienen habilitados los comentarios

Recordemos que las redes sociales son para socializar, aunque suene redundante. La Policía Nacional Civil por ser una institución gubernamental y prestar un servicio a la población guatemalteca debería de estar siempre dispuesta a la interacción con los usuarios de la red, esto ayuda a mejorar la imagen institucional y por consiguiente a atraer más usuarios.

4.1 Problema



4.2 Solución

YouTube, tiene opciones para la administración de comentarios; si lo que queremos es evitar comentarios negativos, la red social tiene una opción para que el gestor del canal pueda "aprobar o rechazar" cada comentario escrito antes de que este sea publicado. Así también, tiene opciones para bloquear ciertas palabras y evitar que estas sean utilizadas por los usuarios.

5. No existe video en el inicio

Es recomendable que los canales coloquen un video destacado en la sección de inicio del canal, que le llame la atención a las personas que ingresen a nuestra red. Este contenido puede tener al final del video o en su descripción una invitación a suscribirse.

Proceso

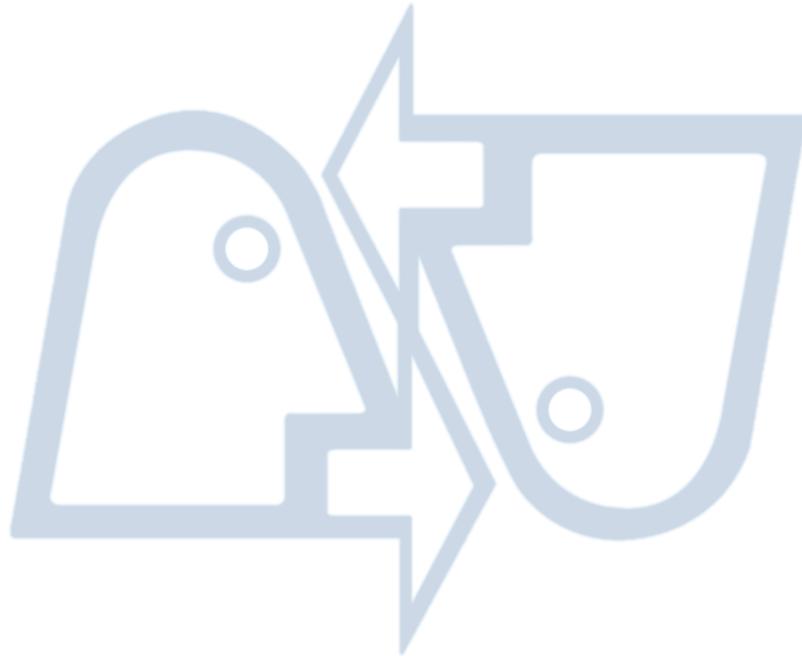
Este es un proceso muy sencillo, solo basta con entrar a nuestro canal y (1) elegir la opción "Personalizar canal" y en la sección "Inicio" seleccionar el video subido de nuestra biblioteca, y en automático aparecerá.



TIPS GENERALES

- Se aconseja que el canal de YouTube para ser impulsado y atraer nuevos suscriptores sea promocionado en las otras redes sociales y sean colocados links de nuestros videos de YouTube, y así nuestro público será redireccionado al nuestro canal, y aumentará en automático el número de visualizaciones.
- Verificar que nuestro canal este configurado en una categoría correcta desde las configuraciones.
- Revisar que nuestro contenido no esté clasificado como contenido para niños al menos que el video que estamos colocando lo contenga.

Fuente: Elaboración propia.



Comunicación

creando futuro