

Comunicación
creando futuro

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



**“PROPUESTA DE ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN PARA LA
IMPLEMENTACIÓN DE HERRAMIENTAS PARA LA RECEPCIÓN
Y ATENCIÓN AL VECINO EN LA PÁGINA DE *FACEBOOK* DE LA
ALCALDÍA AUXILIAR ZONA 12”**

María de los Angeles Escobar Figueroa

Licenciada en Ciencias de la Comunicación

Guatemala, octubre 2020

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

**“PROPUESTA DE ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN PARA LA
IMPLEMENTACIÓN DE HERRAMIENTAS PARA LA RECEPCIÓN Y
ATENCIÓN AL VECINO EN LA PÁGINA DE *FACEBOOK* DE LA ALCALDÍA
AUXILIAR ZONA 12”**

Presentado por:

María de los Angeles Escobar Figueroa

Previo a optar al título de:

Licenciada en Ciencias de la Comunicación

Asesora:

Lcda. Krista María Ramírez

Guatemala, octubre 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

Supervisores

Lcdo. Mynor René Martínez y

M.A. Edgar Martínez García



Guatemala, octubre 22 de 2020

Estudiante de EPS de Licenciatura
María de los Angeles Escobar Figueroa
Carné No. 200619636
Presente.

Para su conocimiento y efectos se hace constar que:

Luego de evaluado su trabajo académico impreso y de manera virtual titulado: **“Propuesta de Estrategia de Comunicación para la Implementación De Herramientas para la Recepción y Atención al Vecino En La Página de Facebook de la Alcaldía Auxiliar Zona 12”** 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.

Por tanto, se autoriza el trabajo final en el acta de cierre respectiva e impresión de su trabajo final de EPSL en un número de cinco (5) ejemplares impresos; así como tres (3) CD's con el documento incluido en 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:

Lcda. Krista María Ramírez Nájera
Supervisora

“ID Y ENSEÑAD A TODOS”

Dr. José María Torres Carrera
Coordinador

M.A. Evelin Morazán
Supervisora





Guatemala 19 de mayo del 2020
EPSL-C100-2020

Ingeniero:
Paulo Ovando
Departamento de Recursos Humanos
Alcaldía Auxiliar Zona 12
Ciudad Guatemala.

Distinguido Ingeniero Ovando:

Por medio de la presente se solicita aceptar como practicante del programa de graduación del EPS de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, a la estudiante **María de los Ángeles Escobar Figueroa**, carné no. **200619636** 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 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 la estudiante tenga la oportunidad de hacer un diagnóstico, elaborar un plan y ejecutar de igual forma 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,



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





**Muni
Guate**

Alcaldía Auxiliar
14 avenida 17-00 zona 12
T. 1551 - Teléfono: 2485-0485-24727898

Guatemala, 26 de mayo 2020

Dr. José María Torres Carrera
Coordinador EPS Licenciatura en Ciencias de La Comunicación
Universidad de San Carlos de Guatemala
Presente

Estimado Dr. Torres:

Por este medio en respuesta a su solicitud de aceptar como practicante de EPS de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación a la estudiante María de Los Angeles Escobar Figueroa, en esta Alcaldía Auxiliar.

Solicito que todas las acciones a realizar, previamente deben ser revisadas y autorizadas por mi persona. La estudiante será supervisada por un profesional de Comunicación Social.

Sin otro particular y esperando se lleve a cabo la práctica de EPS, así como el cumplimiento de la norma antes mencionada me suscribo.

Atentamente,

Ing. Paulo Ovando
Alcalde Auxiliar, zona 12



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

Dedicatoria

A Dios

Por darme a cada día fortaleza y sabiduría para culminar esta etapa académica, y colmarme de paciencia en este difícil trayecto que nos marcó a todos mundialmente.

A mis padres

Por ser el pilar fundamental en mi vida. En especial a mi madre que siempre está guiándome a siempre luchar y seguir adelante. Y por su apoyo incondicional en toda mi carrera.

A mi familia

Mis hermanos que siempre estuvieron a lo largo de mi carrera, especialmente Leo, Roberto, Karin y Hector. Mi cuñado Nery por su apoyo, mi sobrino Sebastian por todas las alegrías que compartimos y que este triunfo sea el ejemplo que podemos alcanzar todas nuestras metas.

A mis amigos

Por todo el aprecio y apoyo especialmente en esta etapa de mi vida.

Agradecimientos

A la Universidad de San Carlos de Guatemala

Por ser la casa de estudios, donde me he forjado profesionalmente.

A la Escuela de Ciencias de la Comunicación

Por proporcionar herramientas para mi desarrollo intelectual y personal.

A sus docentes que compartieron su conocimiento durante mi carrera.

Coordinador y Supervisora

Dr. José María Torres Carrera y

M.A. Evelin Morazán Gaitán

Por su tiempo y acompañamiento en la realización del EPSL.

Lcdo. Glen Ronald Delisser Rodas

Por su apoyo en la asesoría de este trabajo de graduación. Además, de su amistad.

Contenido

i. Introducción	i
ii. Antecedentes	ii
iii. Justificación	iii
Capítulo 1	1
Diagnóstico de comunicación	1
1.1. Institución	1
1.2. Perfil institucional.....	1
1.3. Ubicación geográfica	2
1.4. Integración de alianzas estratégicas	3
1.5. Origen e historia.....	4
1.6. Departamentos o dependencias de la institución	5
1.7. Organigrama de la Alcaldía auxiliar zona 12	8
1.8. Misión	9
1.9. Visión.....	9
1.10. Objetivos institucionales.....	9
1.11. Público objetivo	9
1.12. Diagnóstico	10
1.12.1. Objetivo general.....	10
1.12.2. Objetivos específicos	11
1.13. Técnicas de recolección de datos.....	11
1.13.1. Observación	13
1.13.2. Tipos de observación	13
1.13.2.1. La observación directa.....	13
1.13.2.2. La observación indirecta.....	14
1.13.2.3. La observación no participante.....	14

1.13.2.4. La observación participante.....	14
1.13.3. Proceso de observación en la Alcaldía auxiliar zona 12	14
1.13.3.1. Definición de crisis	16
1.13.3.2. Concepto de cambio	16
1.13.3.2. Conclusión de observación en las redes de comunicación	17
1.13.4. Grupos focales	20
1.13.5. Encuestas	21
1.14. Interpretación de resultados	22
1.15. FODA.....	40
1.16. Problemas detectados.....	41
1.17. Planteamiento del problema comunicacional	42
1.18. Indicadores de éxito	42
1.19. Proyecto a desarrollar	43
Capítulo 2	44
2. Plan estratégico de comunicación	44
2.1. Descripción técnica de la estrategia del proyecto	44
2.2. Objetivos de la estrategia.....	46
2.2.1 Objetivo general	46
2.2.2 Objetivos específicos.....	46
2.3. Misión	46
2.4. Visión.....	47
2.5. Elementos comunicacionales que según su diagnóstico aplicará	47
2.5.1. Pandemia	47
2.5.2. Covid-19	47
2.5.3. Comunicación digital.....	48

2.5.4. Comunicación.....	48
2.5.5. Comunicación de masas	49
2.5.6. Redes sociales.....	49
2.5.7. Comunicación externa	49
2.5.8. Comunicación interna.....	50
2.5.9. Comunicación externa lineal	50
2.5.10. <i>Facebook</i>	50
2.5.11. Relaciones públicas	51
2.5.12. <i>Facebook Messenger</i>	51
2.5.13. <i>Bot</i>	51
2.5.14. Google Forms	52
2.6. Alcances y límites de la estrategia.....	52
2.7. Metodología para la aplicación de la estrategia comunicacional.....	54
2.8. Actividades para la operatividad de la estrategia.....	56
2.8.1 Implementación de un <i>Bot</i> con <i>ManyChat</i>	56
2.8.2. Formularios con <i>Google Forms</i>	56
2.8.3. Agenda de contenidos para publicaciones en <i>Facebook</i>	57
2.9. Cronograma	58
2.10. Financiamiento.....	58
2.11. Presupuesto	59
2.12. Beneficiarios	59
2.13. Recursos humanos	60
2.14. Área geográfica de acción.....	60
2.15. Cuadro comparativo de la estrategia.....	61
Capítulo 3	62

3. Informe de la ejecución	62
3.1. Guía para crear un <i>Bot</i> , con <i>ManyChat</i>	62
3.2. Guía para crear formularios con <i>Google Forms</i>	64
3.3. Agenda de contenidos de 4 semanas para publicaciones en <i>Facebook</i>	70
3.4. Programación y calendarización	72
3.5. Conclusiones.....	73
3.6. Recomendaciones	74
iv. Fuentes de consulta	iv
ix. ANEXOS	x

Contenido de tablas

Tabla 1. Alianzas estratégicas.....	3
Tabla 2. Programas de la Dirección de Desarrollo Social	5
Tabla 3. Talleres de la Dirección de Desarrollo Social	7
Tabla 4. Describir el alcance de comunicación externa que tiene la Alcaldía.....	17
Tabla 5. Analizar la interacción de los vecinos en la página de Facebook.....	19
Continuación de tabla 5	20
Tabla 6. Cronograma de actividades de la estrategia de comunicación	58
Tabla 7. Presupuesto de ejecución del plan comunicacional para la Institución	59
Tabla 8. Cuadro comparativo de estrategia de comunicación	61

iv. Contenido de anexos

Imagen 4. Fotos de la Alcaldía auxiliar zona 12	x
Imagen 5. Encuesta dirigida para vecinos de la Alcaldía auxiliar zona 12	xi
Imagen 6. Segundo bloque de la encuesta llamada página	xii
Imagen 7. Tercer bloque de la encuesta llamada comunicación	xiii
Imagen 8. Cuarto bloque de la encuesta llamada opinión	xiv
Imagen 9. Historia de la Alcaldía auxiliar zona 12	xv
Continuación de imagen 9.	xvi
Imagen 10. Demo página de <i>Facebook</i>	xvii
Imagen 11. <i>Bot</i> en <i>Facebook Messenger</i>	xvii
Imagen 12. Continuación de imagen 11 <i>Bot</i> en <i>Facebook Messenger</i>	xviii
Imagen 13. Formulario para solicitud de gestión	xix
Imagen 14. Guía para crear formularios con <i>Google Forms</i>	xx
Imagen 15. Guía para crear un <i>Bot</i> con <i>ManyChat</i>	xxi



i. Introducción

La comunicación en pleno siglo XXI ha cambiado como también está teniendo avances tecnológicos significativos para el ser humano, la mayoría de empresas, comercios, instituciones privadas y públicas, hacen uso de dicha tecnología para estar a la vanguardia, hoy día existen varias aplicaciones, plataformas digitales, medios de comunicación como la televisión, radio, teléfonos, *Tablet*, *internet*, redes sociales, etc.

Hablando del país muchas instituciones gubernamentales hacen uso de estas herramientas para dar a conocer sus proyectos y acciones. Tal es el caso de la Alcaldía auxiliar de la zona 12 donde se realizó un diagnóstico comunicacional, con el objetivo de verificar el uso de estas herramientas y plataformas para mantener una comunicación asertiva hacia los vecinos de dicha zona. Esto ayudó a verificar la falta de uso de redes sociales y la no difusión de medidas de prevención ante el aislamiento por la emergencia Covid-19 que vive el país.

Con base en el diagnóstico realizado en la Alcaldía auxiliar zona 12 se determinó que es importante realizar un plan de comunicación externo, con el fin de contribuir a la actualización y utilización de las diversas herramientas utilizadas en las redes sociales para beneficiar al mejoramiento de la comunicación con los habitantes de la zona 12. Existe la necesidad de difundir todas las acciones programadas para buscar una buena interacción con los vecinos y un acercamiento, conocer sus necesidades, escuchar sus quejas, sus opiniones y poder mejorar como institución y cumplir con sus objetivos.

Además de mejorar el acercamiento con los vecinos de dicha zona, ante la crisis del distanciamiento social, con el apoyo del uso de herramientas como la plataforma de *ManyChat* y *Google Forms*, para ser implementada en la red social *Facebook* de la institución, ayudando a fortalecer la comunicación e interacción de usuarios y que pueda ser utilizada en cualquier momento.

Se identificaron las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas (FODA) logrando con ello fortalecer a la institución con el plan comunicacional y darle un realce a la imagen de la Alcaldía auxiliar de la zona 12 utilizando las redes sociales y mejorando la comunicación externa.



ii. Antecedentes

En la actualidad, Guatemala es uno de los países más vulnerables, ocupa el primer lugar a nivel latinoamericano y el cuarto a nivel mundial, según Naciones Unidas y de acuerdo con el índice de riesgo mundial en temas de vulnerabilidad. (Germanwatch, 2014)

De esta cuenta, la Municipalidad de Guatemala promueve la actualización de sus planes de atención a vulnerabilidades, dando paso a una política de atención a emergencias y desastres cuya finalidad está orientada a priorizar la protección de la vida, la salud e integridad de los vecinos, así como el manejo adecuado de la información hacia los medios de comunicación y población en general.

Derivado de todo ello la Municipalidad de Guatemala ha creado el Plan AVE, que por sus siglas significa Administración de Vulnerabilidades y Emergencias el cual busca obtener la participación de toda la estructura municipal, sociedad civil, instituciones del Estado, instituciones privadas, etc. A fin de garantizar una coordinación y una respuesta eficaz, cumpliendo con los protocolos establecidos, para mitigar la pérdida de vidas, bienes materiales o deterioro del medio ambiente. AVE es un plan que tiene una clara orientación a procesos y actores predefinidos, con una finalidad de ordenamiento, optimización de recursos y tiempos involucrados a la atención de una emergencia. (muniguate, s.f.)

El modelo considera el antes, el durante y el después de un evento; es decir, la prevención, la respuesta inmediata, la mitigación o reducción del impacto y la reconstrucción o manejo de los daños que el evento pueda haber ocasionado.

Ante la emergencia de la pandemia Covid-19 la Municipalidad central es la que redistribuye el plan AVE, a todas las Alcaldías auxiliares como plan estratégico para todos los vecinos.

Por lo anterior se realiza el estudio de comunicación externa en la Alcaldía auxiliar zona 12, porque se considera, importante y necesario tener una forma óptima de canalizar todas las acciones que realiza la institución ante las disposiciones del distanciamiento social, pero logrando tener un acercamiento con el uso de la tecnología, y renovar la estrategia que emplean para atender las gestiones de mejoras sobre las diferentes necesidades de los usuarios en los sectores de la jurisdicción de zona 12.

Además, de estar comunicados con los vecinos por la diversa incertidumbre ante la pandemia del Covid-19, con la implementación de herramientas para facilitar la comunicación por medio de la red social *Facebook*.



iii. Justificación

La comunicación de una institución pública es fundamental, siendo un derecho del ciudadano en estar informado conforme la organización. En cuanto la entidad pública está obligada a comunicar y transparentar las actividades y acciones que pueden tener impacto directo con las personas, esto no solo sirve para transparentar sus acciones sino para acercar a la población a la unidad, mantenerlos informados sobre los servicios que quizá desconocían y que pueden ser de utilidad; además de generar conciencia en la importancia de la intervención como ciudadano.

Adicional es importante la comunicación de sus actividades, para que todas las personas puedan conocer los servicios, disfrutar los beneficios y proyectos que contribuyen al bien común con la diversidad de programas que ayudan a la prevención de la salud y cumplir con los objetivos de la institución.

El desafío es hacerlo equilibrando la prioridad de difundir correctamente la información para cumplir con los objetivos de la institución, que es primordial ante la actual pandemia Covid-19 que atraviesa el país. El proyecto comunicacional en la Alcaldía Auxiliar zona 12 surge ante la importancia de colaborar, fortaleciendo la institucionalidad y darle un realce a la comunicación externa logrando tener una interacción constante con los vecinos y usuarios que deseen ponerse en contacto con dicha alcaldía.

Porqué por medio de una comunicación más estrecha con los vecinos se logra tener confianza ante una mala imagen de trasladar información y atención aprovechando la tecnología, y las diferentes plataformas de redes sociales para que se puedan comunicar en cualquier momento a la población sobre las problemáticas, dudas, consultas de actividades culturales, recreativas y todo lo que concierne a su zona, mejorando así la comunicación en la medida de lo posible.

Esta pandemia no debe ser un obstáculo, sino la oportunidad de renovar las prácticas ya establecidas como alcaldía auxiliar, brindando todas las medidas necesarias de prevención por medio de su página de *Facebook*, que hoy día une a más personas.



Capítulo 1

Diagnóstico de comunicación

1.1. Institución

Alcaldía auxiliar zona 12 ciudad Guatemala.

1.2. Perfil institucional

La alcaldía auxiliar de la zona 12 es una entidad pública la cual es la representante de la Municipalidad de Guatemala, y que está al servicio de dicha jurisdicción atendiendo las necesidades de los vecinos y la ayuda de los líderes comunitarios, en relación al desarrollo de los distintos puntos de la zona, así como la implementación de ejes de trabajo.

El alcalde es el encargado de ejecutar y dar seguimiento a las políticas, planes, programas y proyectos autorizados por el Concejo Municipal. Y dentro de esa estructura se encuentra la Dirección de Desarrollo Social.

Ante la emergencia del Covid-19, trabajan con las cuadrillas de limpieza y con el apoyo de los vecinos para mantener áreas de la zona limpias como parte del programa de prevención. Área de comunicación Municipalidad de Guatemala, (M. Fernanda, comunicación personal, el 11 de mayo 2020).

Como parte del desarrollo de los vecinos bajo la supervisión y apoyo del plan Administración de Vulnerabilidades y Emergencias (AVE) de la Municipalidad. AVE es un plan que tiene una clara orientación a procesos y actores predefinidos, con una finalidad de ordenamiento y optimización de recursos y tiempos involucrados a la atención de una emergencia.

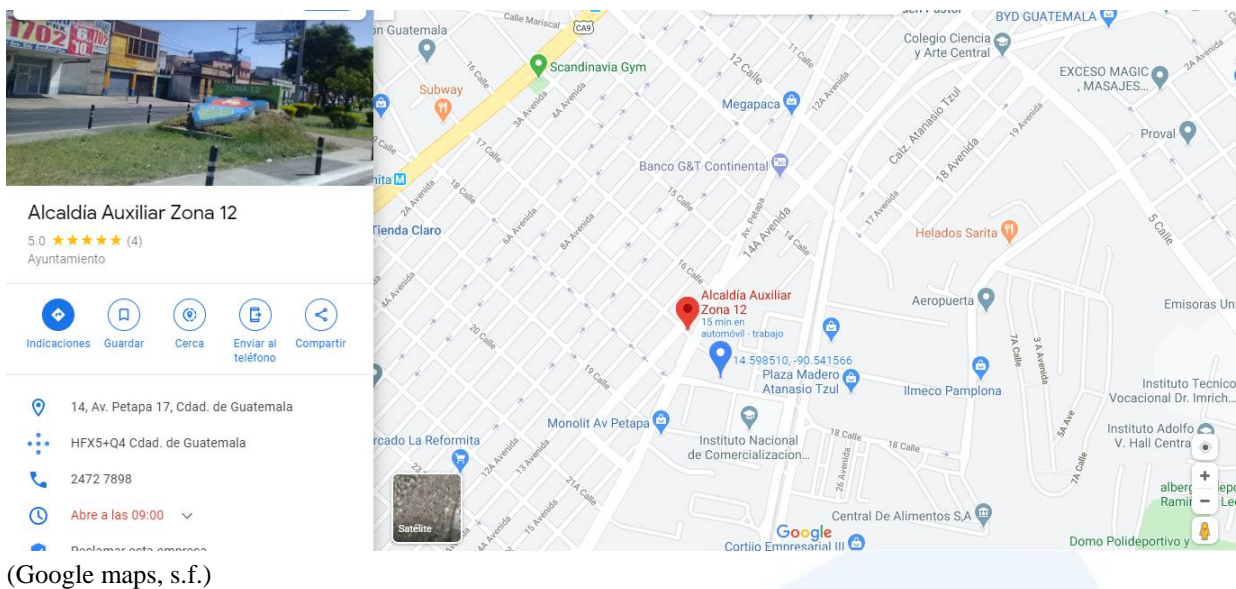
Cumpliendo con los protocolos establecidos, para mitigar la pérdida de vidas, bienes materiales o deterioro del medio ambiente. Además, promueve la actualización de los planes de atención a vulnerabilidades, dando paso a una política de atención a emergencias y desastres cuya finalidad está orientada a priorizar la protección a la vida, la salud e integridad de los vecinos, así como el manejo adecuado de la información hacia los medios de comunicación y población en general. (muniguat, s.f.)



1.3. Ubicación geográfica

Dirección sede: 14 avenida y 17 calle, zona 12 ciudad Guatemala, (frente a la plaza cívica El Buen Pastor). Cada zona de la ciudad capital de Guatemala cuenta con una sede de alcaldías auxiliares, la que representa en la zona 12 solamente vela por las necesidades de dicha zona empezando desde la 1ra calle y finalizando hasta la 54 calle de dicha zona, con el apoyo de la Municipalidad de Guatemala. (muniguate, 2020)

Imagen 1. Ubicación geográfica



(Google maps, s.f.)



1.4. Integración de alianzas estratégicas

Tabla 1. Alianzas estratégicas con la Municipalidad central

No.	Alianza	Descripción
1	Claro Guatemala	Entregó equipo móvil de comunicación utilizados por plan AVE contra Covid-19
2	19 restaurantes de Guatemala	El día jueves de cada semana donan comida de sus restaurante para ser distribuida al personal y pacientes del hospital temporal del parque de la Industria por la emergencia del Covid-19
3	La Asociación Guatemalteca de Exportadores –AGEXPORT-	Dará atención médica y psicológica, ayuda alimentaria y apoyo a los vendedores de la economía informal, esto como parte de las acciones durante la mitigación de la pandemia; y así estar más cerca de los vecinos, a partir del sábado 23 de mayo.
4	Cooperación Española	El embajador de España, Alfonso <i>Portabales</i> , se ha sumado al trabajo municipal y a EMPAGUA en proyectos de mejora de distribución de agua potable a comunidades durante la pandemia.
5	Consejo médico de la Ciudad de Guatemala -COMED- y médicos voluntarios de la Universidad Rafael Landívar	Se realizó una capacitación a los médicos de la Dirección de Salud. Para el uso de la aplicación móvil que servirá para la atención del “Centro de atención al vecino”.
6	Vendedores de la Central de Mayoreo -CENMA-	Donaron verduras para brindarles a las familias necesitadas haciendo un total de 1,000 bolsas y distribuir las en las 22 zonas de la ciudad.

(Fuente: tabla elaboración propia)

Observación: estas donaciones y colaboraciones, son realizadas a la Municipalidad central de Guatemala, para el apoyo de la pandemia Covid-19 en el país. (muniguat, 2020)



1.5. Origen e historia

Las alcaldías auxiliares se originan con fundamento en el Artículo 56 del Código

Municipal, el cual establece:

Artículo 56. El Concejo Municipal, de acuerdo con los usos, normas, y tradiciones de las comunidades, reconocerá a las alcaldías comunitarias o alcaldías auxiliares, como entidades representativas de las comunidades, en especial para la toma de decisiones y como vínculo de relación con el gobierno municipal. El nombramiento de alcaldes comunitarios o alcaldes auxiliares lo emitirá el alcalde municipal, con base a la designación o elección que hagan las comunidades de acuerdo con los principios, valores, procedimientos y tradiciones de las mismas.

Las competencias propias del municipio se establecen en el Artículo 68 del Código Municipal, el cual indica: "Las competencias propias deberán cumplirse por el municipio, por dos o más municipios bajo convenio, o por mancomunidad de municipios, y son las siguientes:

a) Abastecimiento domiciliario de agua potable debidamente clorada; alcantarillado; alumbrado público; mercados; rastros; administración de cementerios y la autorización y control de los cementerios privados; limpieza y ornato: formular y coordinar políticas, planes y programas relativos a la recolección, tratamiento y disposición final de desechos y residuos sólidos hasta su disposición final; b) Pavimentación de las vías públicas urbanas y mantenimiento de las mismas; c) Regulación del transportó de pasajeros y carga, y sus terminales locales; d) La autorización de megáfonos o equipos de sonido a exposición al público en la circunscripción del municipio; e) Administrar la biblioteca pública del municipio; f) Promoción y gestión de parques, jardines y lugares de recreación; g) Gestión y administración de farmacias municipales populares; h) La prestación del servicio de policía municipal; i) Cuando su condición financiera y técnica se los permita, generar la energía eléctrica necesaria para cubrir el consumo municipal y privado; j) Delimitar el área o áreas que dentro del perímetro de sus poblaciones puedan ser autorizadas para el funcionamiento de los siguientes establecimientos: expendio de alimentos y bebidas, hospedaje, higiene o arreglo personal, recreación, cultura y otros que por su naturaleza estén abiertos al público; k) Desarrollo de viveros forestales municipales permanentes, con el objeto de reforestar las cuencas de los ríos, lagos, reservas ecológicas y demás áreas de su circunscripción territorial para proteger la vida, salud, biodiversidad, recursos naturales, fuentes de agua y luchar contra el calentamiento global; y, l) Las que, por mandato de ley, le sea trasladada la titularidad de la competencia en el proceso de descentralización del Organismo Ejecutivo. (En respuesta al expediente No. 548-2020, de fecha 14 de mayo 2020, el cual se adjunta, en anexos 6-8)

Por otra parte, la creación de la Municipalidad de Guatemala como institución, data desde el establecimiento de la capital del país, con sus diversas variantes, hasta su asentamiento en el Valle de la Ermita; teniendo a partir de este momento distintas sedes, siendo hasta 1958 dos años después de la culminación de las obras de construcción del palacio municipal, que se traslada a su sede actual, en el Centro Cívico, 21 calle 6-77 zona 1 ciudad Guatemala.

“La construcción de las instalaciones del Edificio de la Municipalidad de Guatemala, inicia en el año de 1954 y finaliza en 1958, por los Ingenieros y Arquitectos, Pelayo Llarena Murúa y Roberto A. y Echeverría” (Barco, 2014).



1.6. Departamentos o dependencias de la institución

La Municipalidad de Guatemala, como apoyo a cada Alcaldía auxiliar creó la Dirección de Desarrollo Social con el objetivo de trabajar sobre la acción social, la actitud positiva, renovar los barrios y la participación ciudadana.

La Dirección de Desarrollo Social, es la unidad ejecutora municipal de proyectos de infraestructura barrial, programas sociales, culturales y de mejoramiento del medio ambiente, logrando con ello una ciudad socialmente solidaria, proporcionando a sus habitantes una vida digna, un desarrollo integral, con igualdad de oportunidades. (muniguat, s.f)

Esta Dirección cuenta con 5 ejes de trabajos siendo los siguientes: a) la niñez; b) juventud; c) mujer; d) hombre; e) adulto mayor, promoviendo la participación ciudadana. En la Alcaldía auxiliar zona 12, cuentan con los siguientes programas y talleres.

Tabla 2. Programas de la Dirección de Desarrollo Social y la Alcaldía auxiliar zona 12

No.	Programas
1	EMEFUT (Escuela Municipal de Fútbol)
2	Con tus hijos cumple
3	MuniEduca Móvil
4	Comunidad juvenil
5	Adulto mayor clases de zumba, gimnasia y tai chi

(Fuente: tabla, elaboración propia)

- EMEFUT (Escuela Municipal de Fútbol)

Esta oficina promueve la práctica de deporte y recreación en cada barrio, colonia y asentamiento. Integrando y coordinando con las Alcaldías auxiliares la operación y desarrollo de las actividades deportivas. Desarrolla un programa deportivo en todas las zonas de la ciudad dirigido a niños, niñas y jóvenes para lograr la incorporación de estas generaciones a la sociedad productiva por medio del deporte.



- Con tus hijos cumple

Es un programa de la Secretaría de Asuntos Sociales de la Municipalidad de Guatemala destinado a apoyar a las madres con sus niños hasta la edad de 3 años, con actividades que les enseñan a ellas a estimular y guiar a sus niños en esta etapa de su crecimiento.

- MuniEduca Móvil

Es un programa móvil que implementa técnicas de educación en movimiento, dirigido a niños, niñas, jóvenes y adultos.

Consiste en cuatro flotillas móviles con 3 furgones por cada flotilla, los cuales se conocen como MuniEduca Móvil, recorren los diferentes barrios, colonias y asentamientos de la ciudad, de acuerdo a un itinerario establecido y coordinado con las Alcaldías Auxiliares de las zonas de la capital. Cada flotilla cuenta con Biblioteca, computecca y cineteca.

Biblioteca: el primer furgón es de entretenimiento lúdico-educativo que cuenta con espacios de atención: Rincón de Lectura, Área Sistematizada, Rincón del Arte entre otros.

Computecca: el segundo furgón es un centro de cómputo que cuenta con un curso de computación para adultos en donde pueden aprender de los programas de office, abrir una cuenta de correo electrónico, manejo de internet entre otros.

Cineteca: el tercer furgón es un Centro audiovisual, con tecnología apropiada para la proyección de películas en formatos DVD, foros y/o documentales. Cuenta con una pantalla, equipo de reproducción audiovisual, sistema de amplificación y 41 butacas para que los centros educativos puedan disfrutar de las proyecciones.

- Comunidad Juvenil

Es un espacio de participación para jóvenes que tiene como propósito fundamental promover la organización juvenil comunitaria en las diferentes zonas del municipio de Guatemala, motivándolos dentro de la Estructura Participativa.



Se impulsan actividades de capacitación en valores cívicos, culturales y de liderazgo juvenil como herramientas básicas para fortalecer su progreso personal, social y participativo en el proceso de desarrollo de sus barrios y colonias. Otro elemento importante es la promoción de programas para el mejoramiento del medio ambiente y el voluntariado.

- Adulto Mayor

El Programa del Adulto Mayor tiene como objetivo atender al adulto mayor integralmente en lo que respecta a participación social y salud en general, esto en conjunto y apoyados con la estructura participativa. Los adultos mayores pueden participar en clases de *taichi*, gimnasia, caminatas, cursos de manualidades, entre otras actividades que mantienen una vida activa y saludable. La anterior información es rebabada del sitio web (muniguatate, s.f).

Tabla 3. Talleres de la Dirección de Desarrollo Social y la
Alcaldía auxiliar zona 12

No.	Talleres
1	Curso de repostería básica
2	Curso de gastronomía I y II
3	Curso montaje y organización de eventos
4	Curso embutidos artesanales
5	Curso técnicas de decoración y repostería gourmet (modular)
6	Curso de belleza modular
7	Curso de violín y guitarra
8	Cursos de computación

(Fuente: tabla, elaboración propia)

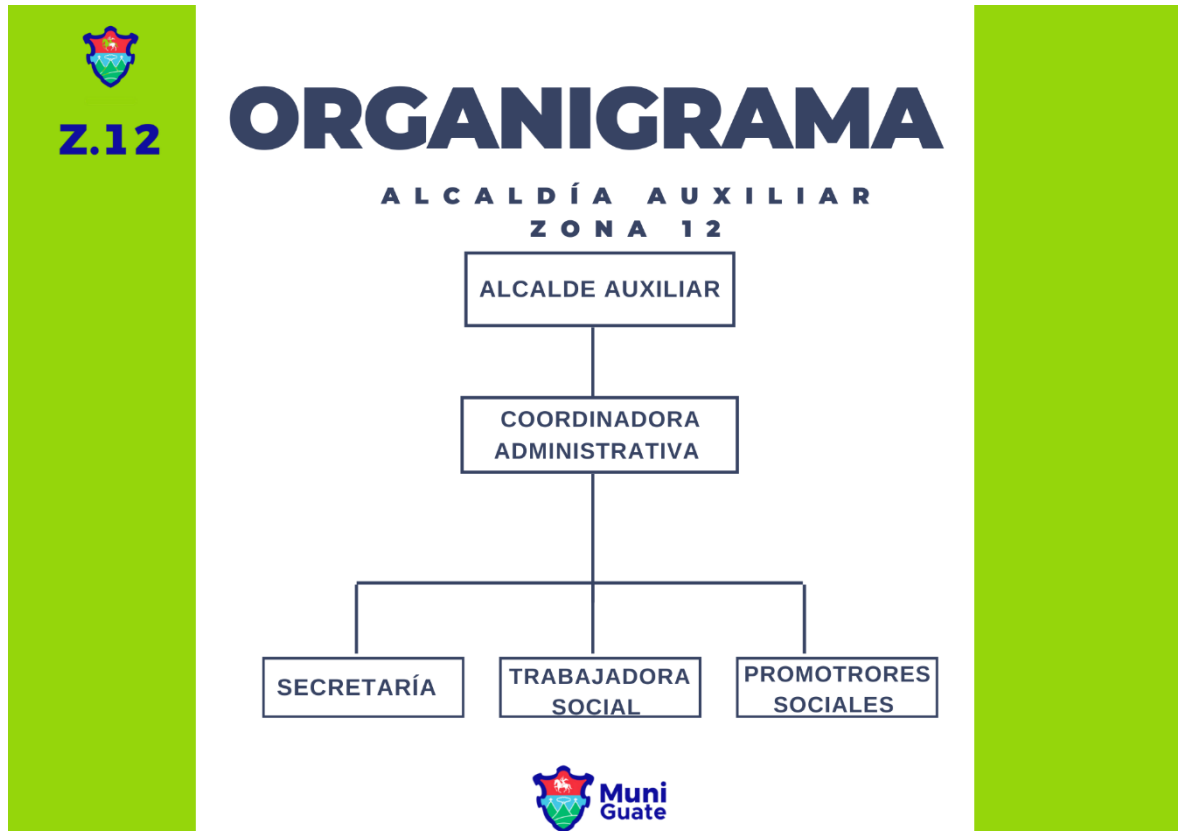
Capacitaciones Técnico Productivas

El programa abre espacios para que mujeres y hombres de todas las zonas de la ciudad. Con la oportunidad de capacitarse técnicamente para iniciarse en la microempresa. Apoya las habilidades de las participantes, contribuyendo a mejorar la economía familiar y el desarrollo del país. Se imparten cursos como: floristería, gastronomía, repostería, cultura de belleza, corte y confección entre otros. (muniguatate, s.f)



1.7. Organigrama de la Alcaldía auxiliar zona 12

Imagen 2. Organigrama de la Alcaldía auxiliar zona 12 de Guatemala



(Fuente: imagen, elaboración propia)



1.8. Misión

Ofrecer a los habitantes del municipio las condiciones que les generen una mejor calidad de vida y las oportunidades necesarias para propiciar la inversión productiva, por medio de acciones que impulsen la eficiencia en la prestación de los servicios públicos municipales y una convivencia armónica. (muniguat, 2020)

1.9. Visión

Somos una Ciudad diversa, ideal para vivir; que dignifica a la persona, a la familia y a la sociedad; Nuestra vivienda, nuestro trabajo y nuestro esparcimiento se han armonizado; nuestros corredores de movilidad se han humanizado y nuestro medio ambiente es saludable; nuestro patrimonio cultural y natural es valorado; Nuestra Ciudad provee espacios públicos generosos y nuestros barrios cuentan con servicios y equipamientos de beneficio social, que promueven alta calidad de vida para todos; Nuestra Ciudad, con innovación y creatividad, genera oportunidades de trabajo; En condiciones óptimas, impulsa la equidad social y fortalece una convivencia en armonía. Que atiende los retos de hoy y que está comprometida con el futuro de sus ciudadanos. (muniguat, 2020)

1.10. Objetivos institucionales

Dentro de la actual administración municipal se trabaja mediante la siguiente declaración de objetivos.

“Es lograr que las personas tengan una VIDA DE CALIDAD”, a las personas y los grupos o sectores sociales que constituyen la prioridad del accionar municipal, y en quienes se centran principalmente nuestras acciones (muniguat, 2020).

Por el momento no será modificado el objetivo institucional por la emergencia del Covid-19 si este cambia lo harán saber en los medios de información de dicha institución.

1.11. Público objetivo

Estos son: “la persona, la familia, la comunidad y los grupos o asociaciones con intereses comunes, que conforman la jurisdicción de la zona 12 de la ciudad capital”. A partir del confinamiento de la población por el Covid-19 las personas que han sido beneficiadas de los programas y cursos técnicos que imparte la Alcaldía auxiliar por medio de la Dirección de Desarrollo Social han quedado sin seguimiento por la falta de utilización de plataformas



virtuales, que serían muy útiles para continuar y no perder el objetivo de seguir y culminar los diferentes cursos (I. Rodríguez, Municipalidad central comunicación personal, 14 de mayo 2020).

Para poder conocer mejor como son derivados los servicios municipales para los usuarios, estos se realizan con la ayuda de las dependencias, empresas públicas o unidades de servicios administrativos. Todo un equipo que trabaja en beneficio de los vecinos, pero como parte de la descentralización de la administración municipal, el municipio de Guatemala está dividido en catorce sectores o distritos.

A cada distrito le corresponde un Alcalde auxiliar para dirigir la administración municipal de delegar acciones al personal. Esto se vea reflejado en los diversos servicios que presta la municipalidad derivados a las respectivas alcaldías.

1.12. Diagnóstico

“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. Para realizar acciones que permitan fortalecer la empresa o institución reduciendo las problemáticas identificadas”(Rosales, 2020).

La metodología que se utilizó para el diagnóstico, es el enfoque cuantitativo que según Hernández Sampieri “utiliza la recolección y el análisis de datos para contestar preguntas de investigación y probar hipótesis establecidas previamente. Se confía en la medición numérica, conteo y frecuentemente el uso de la estadística establece con exactitud patrones de comportamiento en una población”, citado por (McGrauw Hill Interamericana , 2003).

1.12.1. Objetivo general

- Describir la comunicación externa de la Alcaldía Auxiliar zona 12, durante mayo 2020 ante la pandemia Covid-19.



1.12.2. Objetivos específicos

- Describir el alcance de comunicación externa que tiene la Alcaldía auxiliar zona 12 a través de *Facebook*.
- Evaluar el uso de *Facebook* del 8 al 22 de mayo 2020 por parte de la Alcaldía auxiliar zona 12, sobre la emergencia del Covid-19.
- Analizar la interacción de los vecinos en la página de *Facebook* de la Alcaldía auxiliar de la zona 12 en las semanas del 8 al 22 de mayo 2020.

1.13. Técnicas de recolección de datos

Definición de la recolección de Datos

Se refiere al “uso de una gran diversidad de técnicas y herramientas que pueden ser utilizadas por el analista para desarrollar los sistemas de información, los cuales pueden ser la entrevistas, la encuesta, el cuestionario, la observación, el diagrama de flujo, (...)” citado por Caro, (Lifeder, s.f.).

Los métodos para la investigación se dividen en cualitativo, cuantitativo y mixto.

- El método cualitativo

Se define como la “evidencia o información simbólica verbal, audiovisual o en forma de texto e imágenes” (Hernández, 2014, pág. 9).

- El método cuantitativo

Indica que “implica el uso de herramientas informáticas, estadísticas, y matemáticas para obtener resultados. El método cuantitativo es concluyente en su propósito ya que trata de cuantificar el problema y entender qué tan generalizado está mediante la búsqueda de resultados proyectados a una población mayor” (Sis international, 2019).



Para Bernal, en el método cuantitativo “se trabajan con grupos grandes, y su objetivo es obtener datos representativos de la población objeto de estudio. Las técnicas que se utilizan con más frecuencia son las encuestas y paneles” (Metodología de la investigación , 2010, pág. 164).

- El método mixto

Es comprendido como “(...) un proceso que recolecta, analiza y vierte datos cuantitativos y cualitativos, en un mismo estudio” (Tashakkori y Teddlie, 2003, pág. 100).

Por lo tanto, los métodos a utilizar en la estrategia de comunicación en la página de *Facebook*, de la Alcaldía auxiliar zona 12 es el método cuantitativo. Con las técnicas que se derivan de ese enfoque se utilizó la recopilación de datos, la encuesta, análisis de contenido y la observación.

Las técnicas que incluye el método cuantitativo se dividen en la siguiente manera:

- La técnica de recolección de datos cuantitativos

La cual implica “el uso de números para evaluar la información. Las técnicas cuantitativas operan con números que son analizados con análisis estadístico para probar hipótesis y realizar un seguimiento de la fuerza y dirección de los efectos” (Entorno virtual desarrollo en evaluación, 2011). Por lo tanto, esta técnica se aplicó para el monitoreo de las publicaciones realizadas y en el uso de las herramientas digitales en la página de *Facebook* de la alcaldía auxiliar zona 12.

- La técnica del análisis de contenido

se entiende como “interpretación de textos, ya sean escritos, grabados, pintados, publicados (...), así como el proceso de utilizar métodos estadísticos para describir, resumir y comparar los datos” (Entorno virtual desarrollo en evaluación, 2011). Se analizaron los contenidos publicados en la página de *Facebook* de la Alcaldía auxiliar zona 12.



- La encuesta

“Consiste en un conjunto predeterminado de preguntas normalizadas, que recopila información directamente de una muestra seleccionada a fin de obtener datos estadísticos sobre opiniones, hechos u otras variables” (Entorno virtual desarrollo en evaluación, 2011). Elaboración de encuesta por medio de formularios *Google Forms*, para ser trasladados a vecinos de la zona 12 en una página de *Facebook* de un grupo llamado “Vecinos la Reformita”.

1.13.1. Observación

Definición de observación

Le permite al investigador familiarizarse con la vida organizacional, ambiente y prácticas comunicacionales en todos sus niveles.

Tenorio indica que “la observación es una forma de enterarse del objeto de estudio. Consiste en la apreciación rigurosa de las características y el comportamiento de lo que se investiga, (...)” (Tenorio Bahena, 1988, pág. 4).

1.13.2. Tipos de observación

“La observación puede adoptar diferentes modalidades según los medios utilizados para la sistematización de lo observado: el grado de participación del observador, el número de observaciones y el lugar donde se realiza. Los diferentes tipos de observación que existen” (Días , 2011).

1.13.2.1. La observación directa

Esterberg indica que “es aquella en la cual el investigador puede observar y recoger datos mediante su propia observación, sin intermediarios con el fenómeno observado presentando como variantes una secuencia de datos” (Esterberg, 2002, pág. 74).



1.13.2.2. La observación indirecta

“La observación indirecta se presenta esta técnica cuando el investigador corrobora los datos que ha tomado de otros, ya sea de testimonios orales o escritos de personas que han tenido contacto por primera mano con la fuente que proporciona los datos.” (Esterberg, 2002, pág. 76). En la que es imposible estar en contacto con el fenómeno, pero se puede observar a través de otros elementos cercanos o a través de su contexto.

Por otro lado, dependiendo del grado de intromisión del investigador en lo que observa, podemos diferenciar:

1.13.2.3. La observación no participante

En la que el investigador no interviene en lo observado, y su presencia no necesita ser tomada en consideración en el análisis de la información obtenida.

1.13.2.4. La observación participante

“El proceso que faculta a los investigadores a aprender acerca de las actividades de las personas en estudio en el escenario natural a través de la observación y participando en sus actividades” (DeWalt, 2002, pág. 7). En la que el investigador sí interviene y forma parte de lo observado, debiendo ser tomado en cuenta en el análisis.

1.13.3. Proceso de observación en la Alcaldía auxiliar zona 12

En el proceso se utilizó la observación indirecta y participativa como usuario de la Alcaldía auxiliar zona 12. Se tomaron en cuenta varios aspectos que conforman la institución. Tiene un buen acceso por su ubicación ya que está justo en la avenida Petapa, a pesar de eso hay muchas personas que no conocen la institución.

En el aspecto de comunicación externa de la institución, en la red social de *Facebook* tienen en el apartado de información, solo el enlace de la página *web* de la Municipalidad central,



carece de información institucional los usuarios tienen que tener acceso a las diferentes modalidades para comunicarse. Con respecto a la distribución de información en las publicaciones, se observa que la atención al vecino es incompleta, hacen referencia a que los vecinos llamen a los números de teléfono para ampliar la información.

Esas acciones crean desinformación porque no todos tienen disponibilidad para llamar es más fácil tener acceso en *Facebook Messenger* y que puedan resolver dudas de las personas que estén interesadas en temas que correspondan a las publicaciones por ejemplo sobre los programas y talleres que imparten en la alcaldía auxiliar zona 12 o alianzas con otras instituciones externamente.

Según Almazán, indica que “las barreras de comunicación son todos aquellos obstáculos que impiden que el comportamiento real sea idéntico al comportamiento deseado, pues en la práctica deforman la comunicación” (Mario, 1996, pág. 175).

Por lo anterior es la razón que los vecinos dan comentarios desfavorables sobre la institución. Se observa que la atención que brindan a los usuarios no es cordial, además de no dan seguimiento a las solicitudes de gestiones para mejoras del sector, la única opción es realizarla personalmente o por correo, se identificó que esos canales son incorrectos ante las disposiciones del distanciamiento social para evitar la propagación del Covid-19.

Con la información que distribuyen en la página de *Facebook*, los vecinos consideran que están desinformados existe poca interacción referente a las acciones que realiza la Alcaldía auxiliar zona 12 y no son constantes en las publicaciones. Además, que no responden los comentarios esto provoca barreras en la comunicación.

Según Ramos, la observación consiste en “ver los hechos y fenómenos que se desean estudiar, también entrarán en la observación el uso de nuestros diversos sentidos para captar en forma más compleja las cosas que observamos” (Ramos, 2002, pág. 80).



1.13.3.1. Definición de crisis

Se conoce como crisis a aquel período o situación en el cual la normalidad vigente pierde su sustancia dándole lugar y primando los cambios bruscos o dificultades. “Puede afectar a una persona individualmente, a un grupo, a una institución o en un rango más amplio a un país entero incluso, si la crisis no lo toca personalmente por un tema en particular, puede ser que al afectar algún ámbito del país en el cual vive, (...)” (Ucha, 2008).

1.13.3.2. Concepto de cambio

Lewin considera “el cambio de comportamientos como el resultado de un conjunto de fuerzas dentro de un sistema mostró a través de una serie de experiencias en EEUU que un grupo puede evolucionar e influenciar el cambio de comportamiento de sus miembros” citado por Palazón (Lewin, 2014).

a) Actitud pasiva

Al inicio del primer brote de Coronavirus en Guatemala, la Alcaldía auxiliar zona 12 refleja inconsistencia de publicaciones en su página oficial de *Facebook*, sobre información relevante de prevención o consejos para reducir el contagio del virus en los vecinos de zona 12 ante la pandemia.

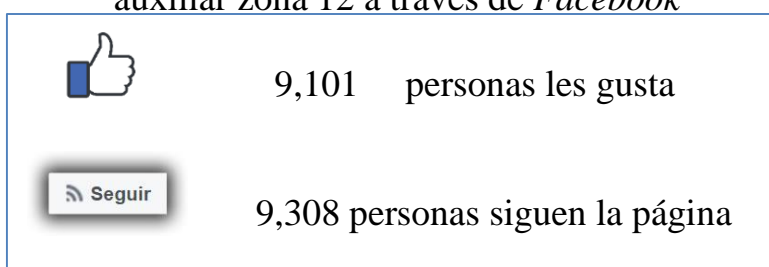
Las medidas sanitarias de la desinfección en los sectores de zona 12, fueron realizadas por parte del plan de prevención (AVE), esa información fue canalizada por la página *web* de la Municipalidad central. Solamente la acción hecha en el mercado de la reformita, que fue realizado por la dirección de mercados se compartió en la red social de la Alcaldía auxiliar zona 12. La institución integra una organización pública y reflejo tener una actitud pasiva ante sus vecinos sobre el Covid-19. Los usuarios dependen de la información y de las acciones que realizan para el bienestar de la comunidad.



1.13.3.2. Conclusión de observación en las redes de comunicación

“Permite el análisis de la estructura de la comunicación de una organización y su efectividad. Evalúa a su vez los bloqueos que experimenta la difusión de la información, el contenido de la comunicación y la cantidad de mensajes difundidos” citado por Rosales, (García, 2010).

Tabla 4. Describir el alcance de comunicación externa que tiene la Alcaldía auxiliar zona 12 a través de *Facebook*



(Alcaldía zona 12, 2020)

- En mayo 2020 estos son los datos reflejados en la página de *Facebook* de la Alcaldía auxiliar zona 12. Cuentan con un número bajo de seguidores de la página debido a la poca gestión de comunicación que hacen con los vecinos, según el dato obtenido dentro de una encuesta realizada externamente a los vecinos zona 12, las personas que siguen la página de *Facebook* indican que no se informan sobre actividades que realiza la Alcaldía auxiliar zona 12.
- Otro porcentaje desconocen que la Alcaldía auxiliar zona 12 tenga página de *Facebook*, de tal manera que los vecinos siguen un grupo de una página de la misma zona, donde interactúan y publican frecuentemente. (Se adjunta en gráfica 4, 6 y 11)



1. Evaluar el uso de *Facebook* del 8 al 22 de mayo 2020 por parte de la Alcaldía auxiliar zona 12, sobre la emergencia del Covid-19

- En la semana del 8 al 22 de mayo 2020 fueron 7 publicaciones referentes al Covid-19, en las fechas indicadas en la tabla. Con las publicaciones de disposiciones presidenciales sobre el toque de queda para la semana del lunes 18 al 24 de mayo. Para el 18 de mayo la publicación referente a disposiciones presidenciales de horario de mercados, en el mismo día publicaron un mapa del mercado la reformita ubicado en la zona 12, mostrando la entrada al mercado y salida para que sea ordenada la afluencia.
- Para el 19 de mayo 2020, publicación de video sobre desinfección en mercado la reformita zona 12. El 20 de mayo, publicación de fotos del mercado la reformita zona 12, mostrando la señalización de la entrada y las salidas para cumplir con las medidas de prevención del Covid-19. En la misma fecha una publicación adicional sobre el Alcalde Ricardo Quiñónez donde recibe equipo de protección de la pandemia por AGEXPORT. El 22 de mayo 2020, publicación inicio de toque de queda.



Tabla 5. Analizar la interacción de los vecinos en la página de Facebook de la Alcaldía auxiliar de la zona 12 en las semanas del 8 al 22 de mayo 2020

Publicación 8 de mayo	Estereotipos sociales	Publicación 10 de mayo	1.Dia de la madre/	2.video del alcalde Ricardo Quiñónez	
Reacciones	6	Reacciones	136	39	
Me gusta	5	Me gusta	111	26	
Me encanta		Me encanta	19	11	
Me importa	1	Me importa	6	1	
Me divierte		Me divierte			
Me asombra		Me asombra			
Me entristece		Me entristece			
Me enoja		Me enoja			
Comentarios	1 no visible	Comentarios	15	5	
Veces compartidos	1	Veces compartidos	4	1	
Publicación 12 de mayo	Fotos limpieza de calles	Publicación 15 de mayo	Disposiciones presidenciales	Publicación 16 de mayo	Infografía info. seguro escolar
Reacciones	38	Reacciones	23	Reacciones	21
Me gusta	36	Me gusta	19	Me gusta	21
Me encanta	1	Me encanta		Me encanta	
Me importa	1	Me importa	1	Me importa	
Me divierte		Me divierte		Me divierte	
Me asombra		Me asombra	3	Me asombra	
Me entristece		Me entristece		Me entristece	
Me enoja		Me enoja		Me enoja	
Comentarios	2. No visible 1	Comentarios	No visible 2	Comentarios	1
Veces compartidos	1	Veces compartidos	4	Veces compartidos	3
Publicación 18 de mayo	Aviso horario de mercados	Mapa mercado reformita	Publicación 19 de mayo	Video desinfección mercado	
Reacciones	47	91	Reacciones	72	
Me gusta	46	86	Me gusta	21	
Me encanta		3	Me encanta		
Me importa	1	1	Me importa		
Me divierte			Me divierte		
Me asombra		1	Me asombra		
Me entristece			Me entristece		
Me enoja			Me enoja		
Comentarios	4	8. No visible 4	Comentarios	4. No visible 1	
Veces compartidos	13	30	Veces compartidos	7	



Continuación de tabla 5

Publicación 20 de mayo	Fotos señalización mercado reformita	Fotos alcalde Quiñónez recibe equipo Covid-19	Publicación 22 de mayo	Aviso toque de queda	Webinar primeros auxilios
Reacciones	215	51	Reacciones	35	84
Me gusta	179	41	Me gusta	35	74
Me encanta	28	4	Me encanta		6
Me importa	5	5	Me importa		3
Me divierte	1		Me divierte		
Me asombra	1		Me asombra		1
Me entristece	1		Me entristece		
Me enoja		1	Me enoja		
Comentarios	27. No visible 2	8. No visible 3	Comentarios	0	11
Veces compartidos	40	4	Veces compartidos	5	16

(Fuente: tabla elaboración propia)

1.13.4. Grupos focales

Para *Edmunds* (1999), “los grupos focales permiten al investigador captar los comentarios subjetivos y evaluarlos, buscando proveer un entendimiento de las percepciones, los sentimientos, las actitudes y las motivaciones.” citado por (Rivera). Los vecinos de la Alcaldía auxiliar zona 12 exponen en la página de *Facebook* de la institución sus necesidades en el sector, lo realizan en las publicaciones en el apartado de comentario indicando lo siguiente:

“Karen Enriquez, Disculpen escuche en las noticias que en zona 12 hay atención para el paciente con problemas respiratorios Dónde está ubicado lo podrían publicar ?????”.

“Tete Villeda, En las 4a. Avenida hasta 7a. Avenida y 5a. Calle hasta 8a. Calle, zona 12 REFORMITA, necesitamos señalización de cebra, línea roja, línea blanca, nos urgen. Muchas gracias ING. porque tendremos su apoyo”, extraído de comentarios en *Facebook* (Alcaldía zona 12, 2020).

En este tipo de preguntas se debe brindar respuesta debido que son acciones que la Alcaldía auxiliar zona 12 realiza, la comunicación debe ser precisa y brindada en todo momento.



1.13.5. Encuestas

La muestra

“Puede ser de tipo finito o infinito, una muestra de universo infinito puede ser muy grande y no poderse estudiar en su totalidad por eso es necesario escoger una parte de ese universo, para llevar a cabo el estudio en este caso la muestra seleccionada es finita, ya que es contable y la variable de tipo categórica” (Psyma, 2015).

$$n = \frac{z^2 * N * p * q}{e^2 * (N - 1) + (z^2 * p * q)}$$

n=	tamaño muestra a obtener (encuestas a realizar)
z=	nivel de confianza (revisar tabla de valores z)
p=	variabilidad positiva de hipótesis
q=	variabilidad negativa de hipótesis
N=	tamaño de la población (universo)
e=	margen de error (%) recolección

(Psyma, 2015)

Establecido el enfoque cuantitativo, que será por medio de una encuesta difundida en un grupo de *Facebook* llamado “Vecinos de la Reformita, zona 12”, con un número de 26,445 seguidores por el momento, el diagnóstico es realizado en dicha zona. La encuesta para recabar datos se conforma de cuatro bloques donde se divide en el segundo bloque a las personas que conocen la página de *Facebook* de la Alcaldía auxiliar zona 12.

Esa división de la encuesta, fue útil para conocer el porcentaje de personas que son activas en la comunicación externa, y que tan informadas se encuentran. (Véase anexo 2)



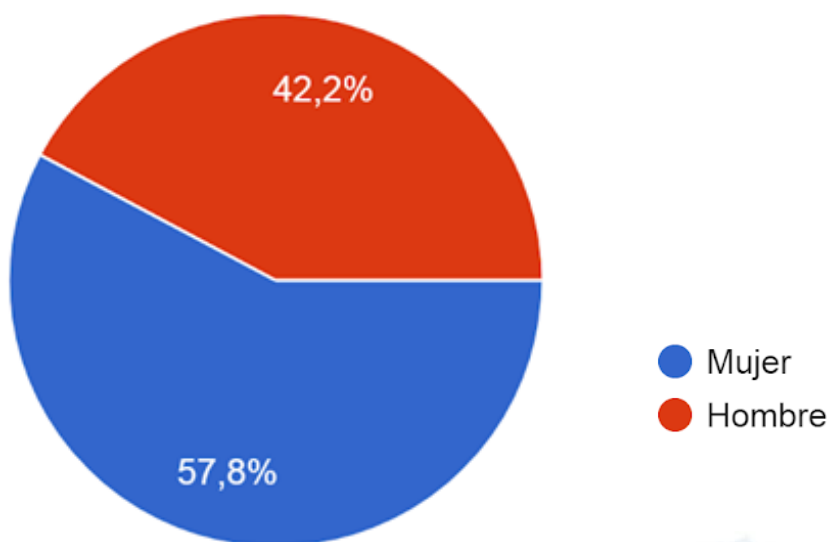
1.14. Interpretación de resultados

Resultados de la encuesta, realizada a 109 vecinos de la Alcaldía auxiliar zona 12. Para hacer un estudio sobre la comunicación externa. Representan el primer bloque de la encuesta.

Gráfica 1

Seleccione su género

109 respuestas



Respuestas	Porcentaje	Encuestados
Mujer	57.8%	63
Hombre	42.2%	46
Total 100%		109

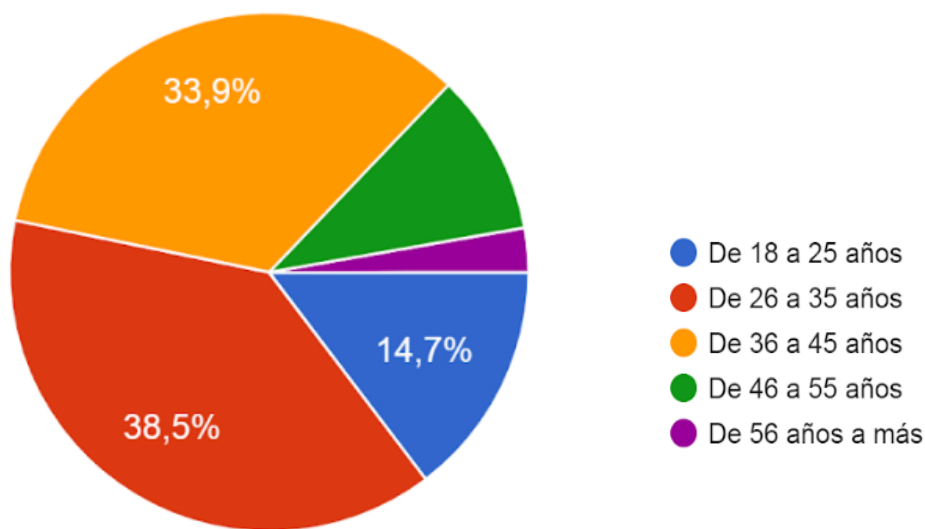
Análisis: las respuestas de género femenino son el mayor número de encuestados.



Gráfica 2

Seleccione su rango de edad

109 respuestas



Respuestas	Porcentaje	Encuestados
De 18 a 25 años	14.7%	16
De 26 a 35 años	38.5%	42
De 36 a 45 años	33.9%	37
De 46 a 55 años	10.1%	11
De 56 años a más	2.8%	3
Total 100%		109

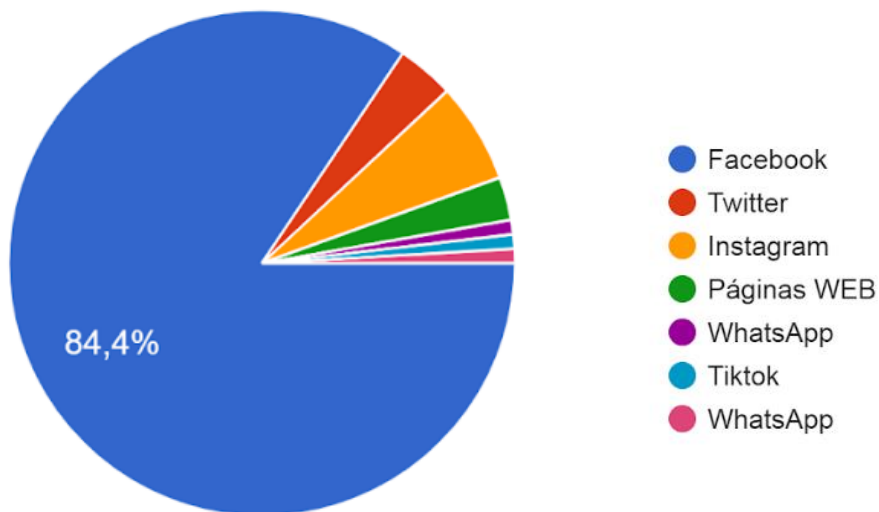
Análisis: se obtiene como respuesta, que el rango de edad con el porcentaje mayor es de 26 a 35 años. En el cual se establece, que es el rango de personas que interactúa con más frecuencia.



Gráfica 3

¿Qué medio digital utiliza con más frecuencia?

109 respuestas



Respuestas	Porcentaje	Encuestados
<i>Facebook</i>	84.4%	92
<i>Twitter</i>	3.7%	4
<i>Instagram</i>	6.4%	7
<i>Páginas Web</i>	2.8%	3
<i>WhatsApp</i>	1.8%	2
<i>Tiktok</i>	0.9%	1
Total 100%		109

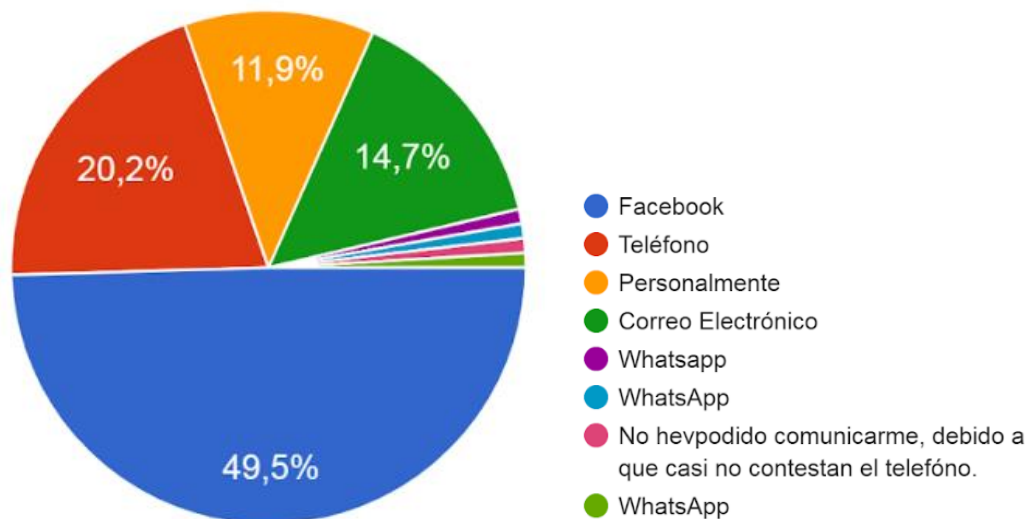
Análisis: se establece en las respuestas que *Facebook*, es el medio más utilizado con el porcentaje mayor el cual es la red social más utilizada por los vecinos de zona 12.



Gráfica 4

¿Qué método prefiere para comunicarse con la Alcaldía auxiliar zona 12?

109 respuestas



Respuestas	Porcentaje	Encuestados
<i>Facebook</i>	49.5%	54
Teléfono	20.2%	22
Personalmente	11.9%	13
Correo electrónico	14.7%	16
<i>WhatsApp</i>	2.8%	3
No comunicación	0.9%	1
Total 100%		109

Análisis: según el dato obtenido los vecinos prefieren comunicarse por medio de la página de *Facebook*. Y un 20.2% por teléfono. Por esa razón, se establece que la comunicación óptima, es por medio de la red social de *Facebook*, por parte de la Alcaldía Auxiliar zona 12.

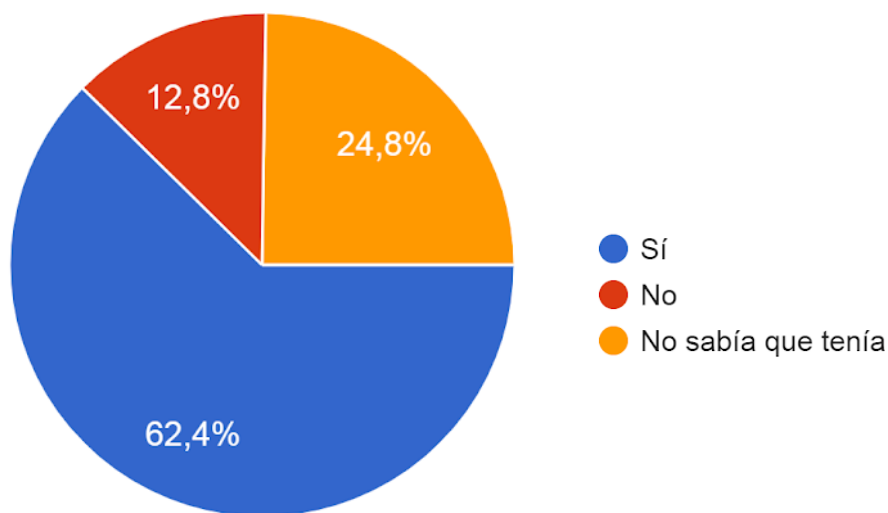


Gráfica 5

En esta pregunta se dividen todas las personas encuestadas y se traslada, a un diferente bloque que constituya a su respuesta.

¿Sigue usted la página de Facebook de la Alcaldía auxiliar zona 12?

109 respuestas



Respuestas	Porcentaje	Encuestados
Si	62.4%	68
No	12.8%	14
No sabía que tenía	24.8%	27
Total 100%		109

Análisis: se obtuvo en respuesta mayor que los vecinos si, son seguidores de la página de Facebook de la Alcaldía auxiliar zona 12. Y un 24.8% de personas indicó, que no sabían que tenía página la institución.

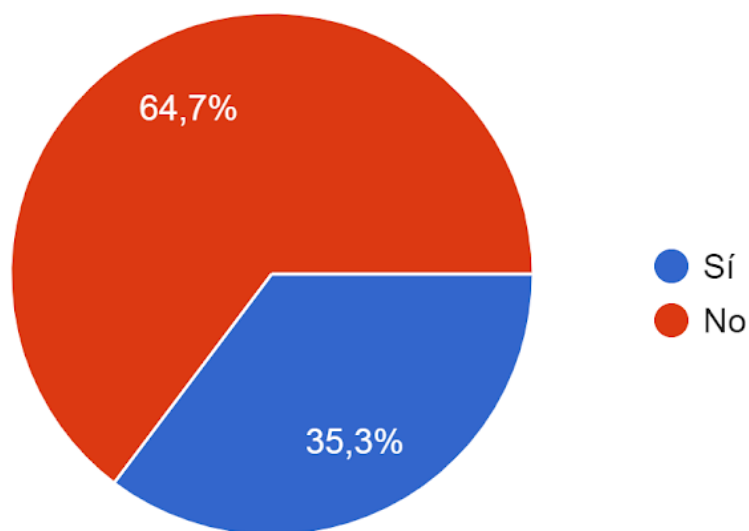


Gráfica 6

Encuesta de segundo bloque llamada página, respuestas de personas que siguen la página de *Facebook* de la Alcaldía auxiliar zona 12. En esta sección están todas las personas trasladadas según su respuesta son 68 para este bloque.

¿Considera que la Alcaldía auxiliar zona 12 se muestra activa en la página de Facebook?

68 respuestas



Respuestas	Porcentaje	Encuestados
No	64.7%	44
Si	35.3%	24
Total 100%		68

Análisis: con un número de 68 respuestas, de un total de 109 encuestados. El 64.7% indicó, que no considera que se muestra activa, la página de *Facebook* de la institución.

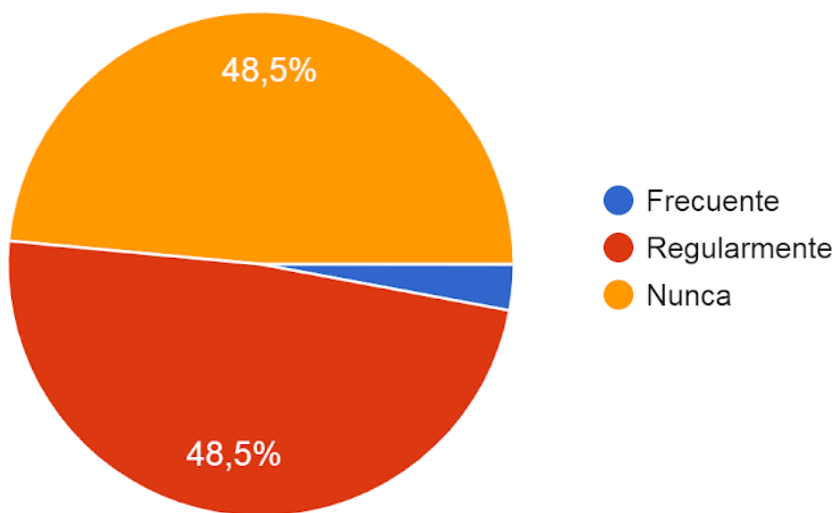


Gráfica 7

Encuesta de segundo bloque llamada página, respuestas de personas que siguen la página de *Facebook* de la Alcaldía auxiliar zona 12.

¿Con que frecuencia comenta usted en la página de Facebook de la Alcaldía auxiliar zona 12?

68 respuestas



Respuestas	Porcentaje	Encuestados
Frecuente	2.9%	2
Regularmente	48.5%	33
Nunca	48.5%	33
Total 100%		68

Análisis: con un número de 68 respuestas, de un total de 109 encuestados. Se obtuvo en una igualdad de porcentaje con la respuesta, “regularmente” y “nunca” comentan, en la página de *Facebook* de la Alcaldía auxiliar zona 12, mostrando un porcentaje de 48.5% para ambos enunciados. Constituyendo que ambas, son desfavorables para la buena comunicación de la institución, pues se tiene que tener interacción con los vecinos que ingresan en la página.

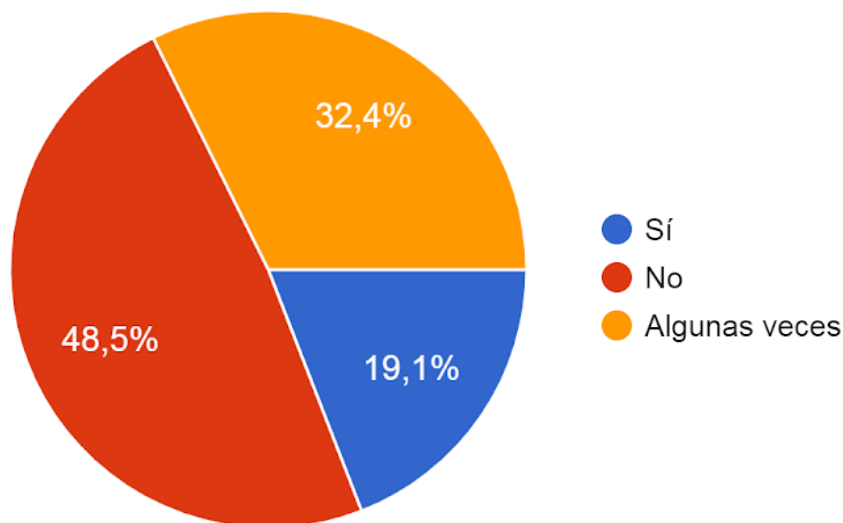


Gráfica 8

Encuesta de segundo bloque llamada página, respuestas de personas que siguen la página de *Facebook* de la Alcaldía auxiliar zona 12.

¿Ha compartido las publicaciones realizadas en Facebook de la Alcaldía auxiliar zona 12?

68 respuestas



Respuestas	Porcentaje	Encuestados
Si	19.1%	13
No	48.5%	33
Algunas veces	32.4%	22
Total 100%		68

Análisis: con un número de 68 respuestas de un total de 109 encuestados. Se obtuvo un porcentaje de 48.5% en respuesta en que los vecinos no comparten las publicaciones que realiza la institución en su página de *Facebook*, por su poca actividad que muestran.

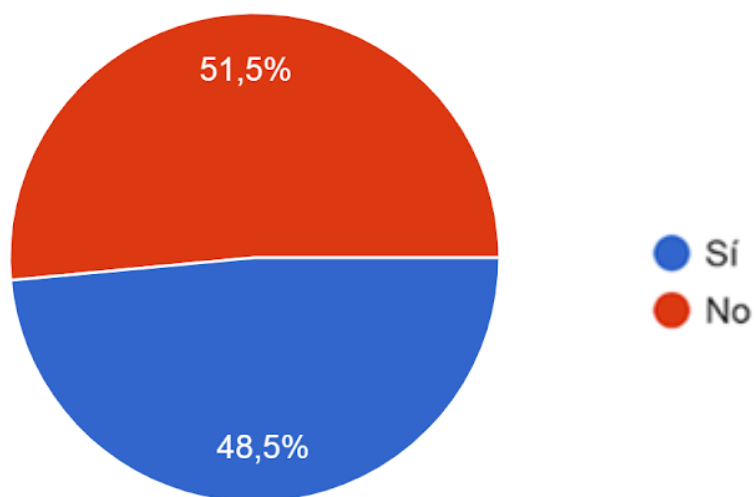


Gráfica 9

Encuesta de segundo bloque llamada página, respuestas de personas que siguen la página de *Facebook* de la Alcaldía auxiliar zona 12

¿Considera que la Alcaldía auxiliar zona 12 brinda información de interés a los vecinos en la página de Facebook?

68 respuestas



Respuestas	Porcentaje	Encuestados
Si	48.5%	33
No	51.5%	35
Total 100%		68

Análisis: de un total del 100% de encuestados, el 51.5% considera que la Alcaldía auxiliar zona 12 no comparte información de su interés.

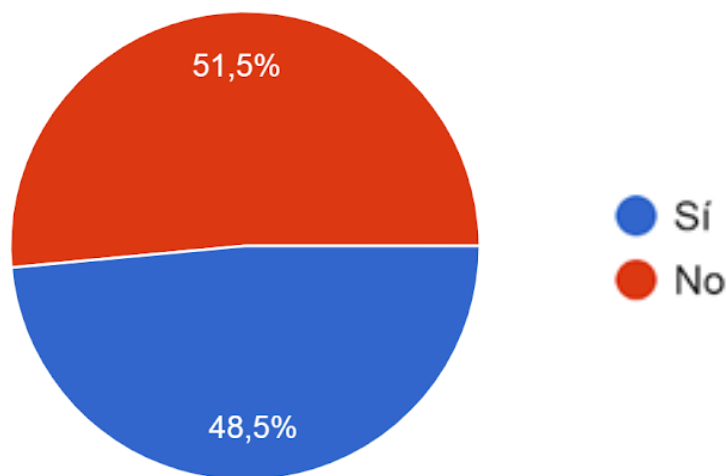


Gráfica 10

Encuesta de segundo bloque llamada página, respuestas de personas que siguen la página de *Facebook* de la Alcaldía auxiliar zona 12

¿Ha visto publicaciones sobre medidas de prevención del Covid-19 en la página de *Facebook* de la Alcaldía auxiliar zona 12?

68 respuestas



Respuestas	Porcentaje	Encuestados
Si	48.5%	33
No	51.5%	35
Total 100%		68

Análisis: se obtuvo en respuesta con el porcentaje mayor que indicó, que no ha visto publicaciones sobre medidas de prevención en el transcurso de la pandemia Covid-19, en la página de *Facebook* de la Alcaldía auxiliar zona 12.

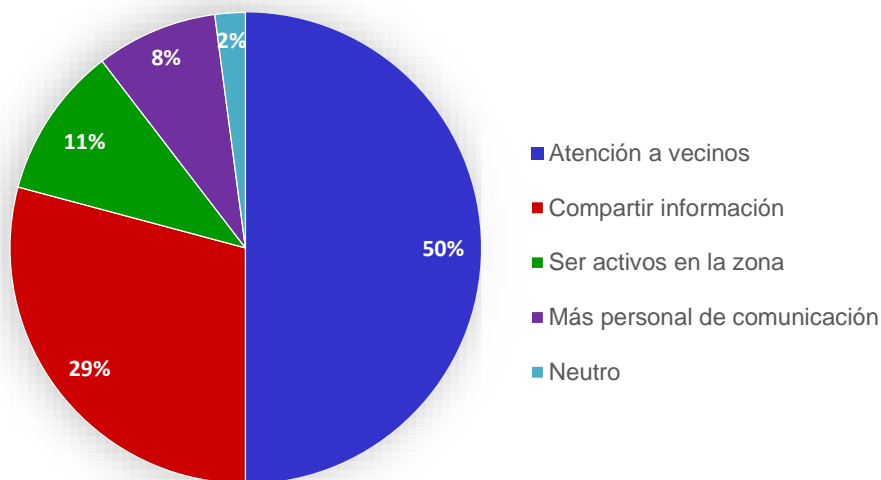


Gráfica 11

Encuesta de segundo bloque llamada página, respuestas de personas que siguen la página de Facebook de la Alcaldía auxiliar zona 12

¿Qué sugerencias daría para mejorar la comunicación con los vecinos por medio de la página de Facebook de la Alcaldía auxiliar zona 12?

49 respuestas



Respuestas	Porcentaje	Encuestados
Atención a vecinos	50%	24
Compartir información	29%	14
Ser activos en la zona	11%	6
Más personal de comunicación	8%	4
Neutro	2%	1
19 respuestas vacías	total 100%	49

Análisis: fue una pregunta abierta y según los datos reflejan que los vecinos quieren que exista atención, porque no les dan seguimiento a las solicitudes que hacen. Además, efectúan comentarios y no responden al momento de comunicarse en la página de Facebook de la Alcaldía auxiliar zona 12. Además, reflejo en el segundo dato, que sugieren que deben ser más activos en la página de la institución. Este número de datos en respuestas, es únicamente de esta gráfica.



Gráfica 12

Encuesta de tercer bloque llamada comunicación, respuestas de personas que no siguen y no sabían, de la página de *Facebook* de la Alcaldía auxiliar zona 12. En esta sección se dividen todos los encuestados, constituye a 41 respuestas para este bloque.

¿Por qué medio se entera de actividades en la zona 12 promovidas y o realizadas por la Alcaldía auxiliar zona 12?

37 respuestas



Respuestas	Porcentaje	Encuestados
No se entera	44%	16
Página de un grupo de zona 12 (...)	34%	12
<i>Facebook</i>	5%	2
Neutro	7%	3
Sin responder	10%	4
4 respuestas nulas	Total 100%	37

Análisis: se obtuvo como respuesta de que los vecinos “no se enteran” de actividades realizadas por la institución. Otro dato que representa a un grupo de personas que se enteran de actividades en una página de un grupo de *Facebook* de la zona 12.

Datos obtenidos de 37 respuestas, de un total de 41 personas encuestadas. Correspondiente a este bloque de encuesta. Este número de datos en respuestas es únicamente de esta gráfica.

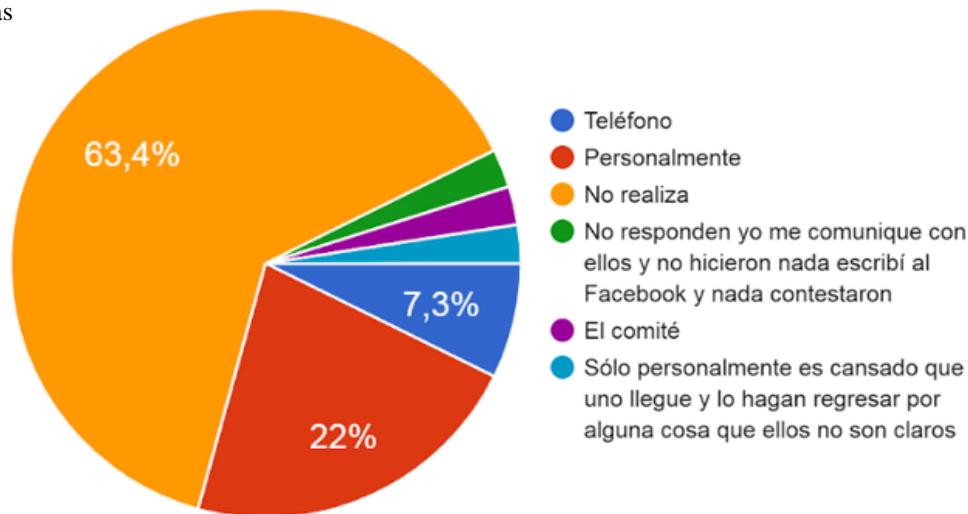


Gráfica 13

Encuesta de tercer bloque llamada comunicación, respuestas de personas que no siguen y no sabían, de la página de Facebook de la Alcaldía auxiliar zona 12.

¿De qué manera realiza sus solicitudes hacia la Alcaldía auxiliar zona 12?

41 respuestas



Respuestas	Porcentaje	Encuestados
Teléfono	7.3%	3
Personalmente	22%	9
No realiza	63.4%	26
No responden	2.4%	1
Comité	2.4%	1
Opinión	2.4%	1
Total 100%		41

Análisis: se obtuvo como respuesta en el porcentaje más alto, que no realiza solicitudes los vecinos de zona 12, por la poca actividad que refleja la institución. Otro dato representado en el 22%, indica que lo hacen personalmente, ante tal resultado tendrá que ser modificado por la emergencia del Covid-19, y que sea más efectivo evitando que las personas se expongan.

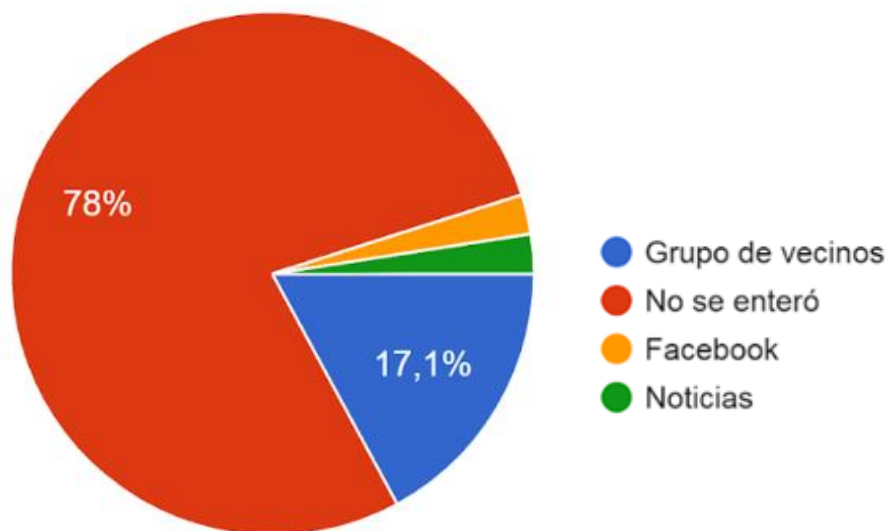


Gráfica 14

Encuesta de tercer bloque llamada comunicación, respuestas de personas que no siguen y no sabían, de la página de *Facebook* de la Alcaldía auxiliar zona 12.

¿Por qué medio se enteró de las acciones realizadas de la Alcaldía auxiliar zona 12 para prevenir el Covid-19 y proteger la salud de los vecinos?

41 respuestas



Respuestas	Porcentaje	Encuestados
Grupo de vecinos	17.1%	7
No se enteró	78%	32
<i>Facebook</i>	2.4%	1
Noticias	2.4%	1
Total 100%		41

Análisis: en respuesta con el porcentaje mayor se obtuvo de que las personas no se enteran de las acciones para prevenir el Covid-19. Otro dato relevante es que se enteran, por un grupo de vecinos que conforman una página de *Facebook* de la zona 12.

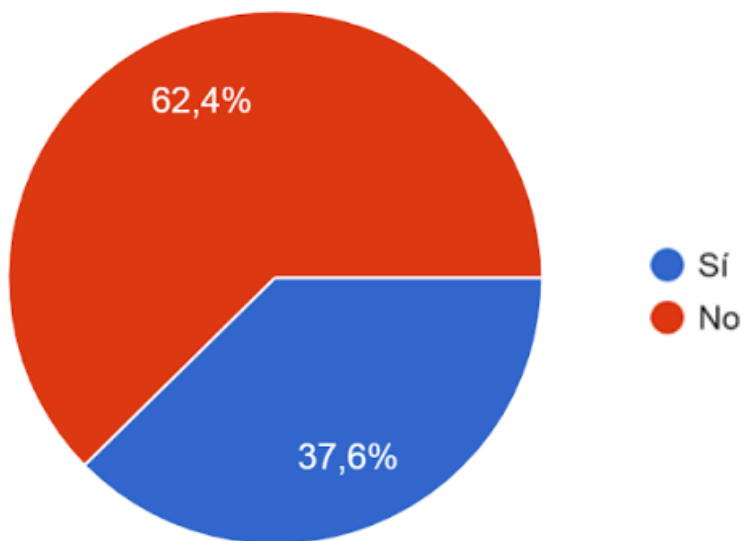


Gráfica 15

Encuesta de cuarto bloque llamada opinión, en esta sección se vuelven a unificar a todos los encuestados.

¿Conoce los programas y talleres que se imparten en la Alcaldía auxiliar zona 12 con el apoyo de la Dirección de Desarrollo Social a los vecinos?

109 respuestas



Respuestas	Porcentaje	Encuestados
Si	37.6%	41
No	62.4%	68
Total 100%		109

Análisis: Con el dato obtenido se establece que el 62.4% no están informados, sobre los diferentes programas y talleres que imparten en la Alcaldía auxiliar zona 12. De 109 personas encuestadas.

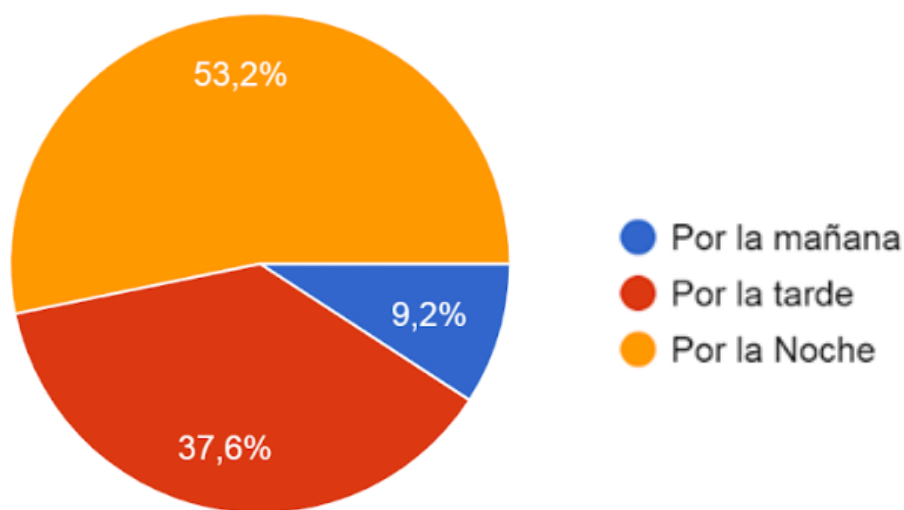


Gráfica 16

Encuesta de cuarto bloque llamada opinión

¿En qué horario regularmente se conecta a redes sociales?

109 respuestas



Respuestas	Porcentaje	Encuestados
Por la mañana	9.2%	10
Por la tarde	37.6%	41
Por la noche	53.2%	58
Total 100%		109

Análisis: con el dato obtenido se establece que el mayor número de personas encuestadas, usan redes sociales con más frecuencia en horario de la noche, y en horario de la tarde están un 37.6% por lo tanto, hay más afluencia de personas que interactúan por la noche.

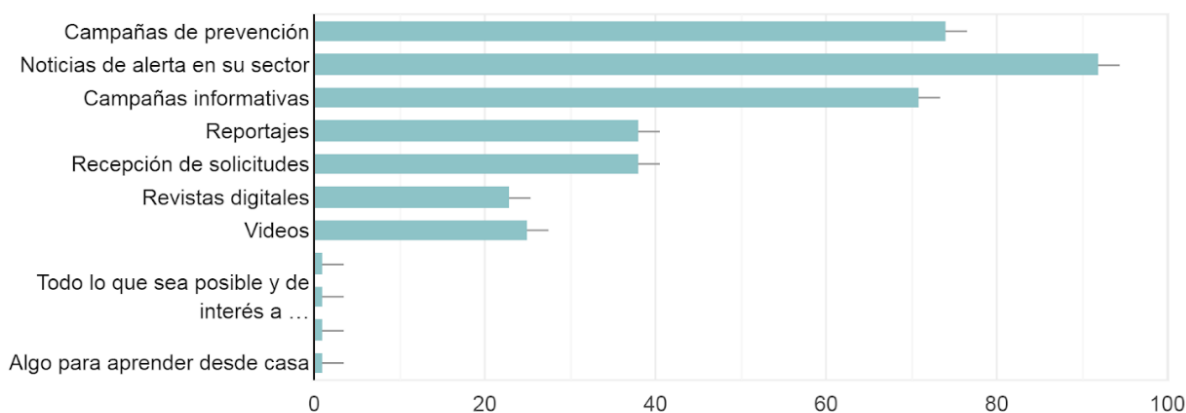


Gráfica 17

Encuesta de cuarto bloque llamada opinión

¿Qué tipo de contenido le gustaría ver en la página de Facebook de la Alcaldía auxiliar zona 12? Puede marcar varios.

109 respuestas



Respuestas	Porcentaje	Selecciones
Noticias de alerta en su sector	84.4%	92
Campañas de prevención	67.9%	74
Campañas informativas	65.1%	71
Reportajes	34.9%	38
Recepción de solicitudes	34.9%	38
Videos	22.9%	25
Revistas digitales	21.1%	23
Todo lo que sea posible (...)	0.9%	1
Para aprender en casa	0.9%	1
Total 109 encuestados, con opción múltiple a respuesta		363

Análisis: el tipo de contenido que a la audiencia le interesa es: noticias de alerta en su sector, este tipo de publicación incluye avisos, acciones de parte de la institución, sobre todo lo que corresponda a su jurisdicción. Campañas de prevención y campañas informativas,

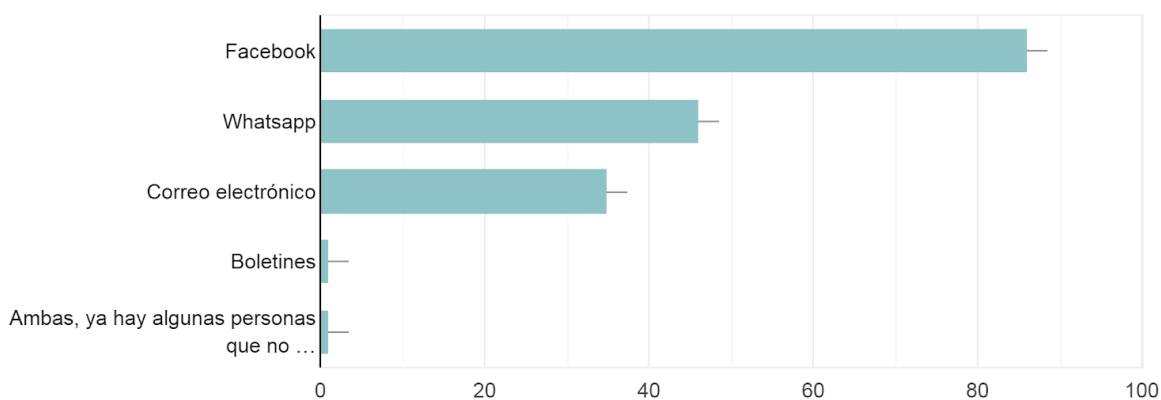


Gráfica 18

Encuesta de cuarto bloque llamada opinión

¿Por qué medio le gustaría recibir información de la Alcaldía auxiliar zona 12, sobre actividades en su sector? Puede marcar varios.

109 respuestas



Respuestas	Porcentaje	Selecciones
<i>Facebook</i>	78,9%	86
<i>WhatsApp</i>	42,2%	46
Correo electrónico	32,1%	35
Boletines	0,9%	1
Ambas	0,9%	1
Total 109 encuestados, con opinión múltiple a respuesta		169

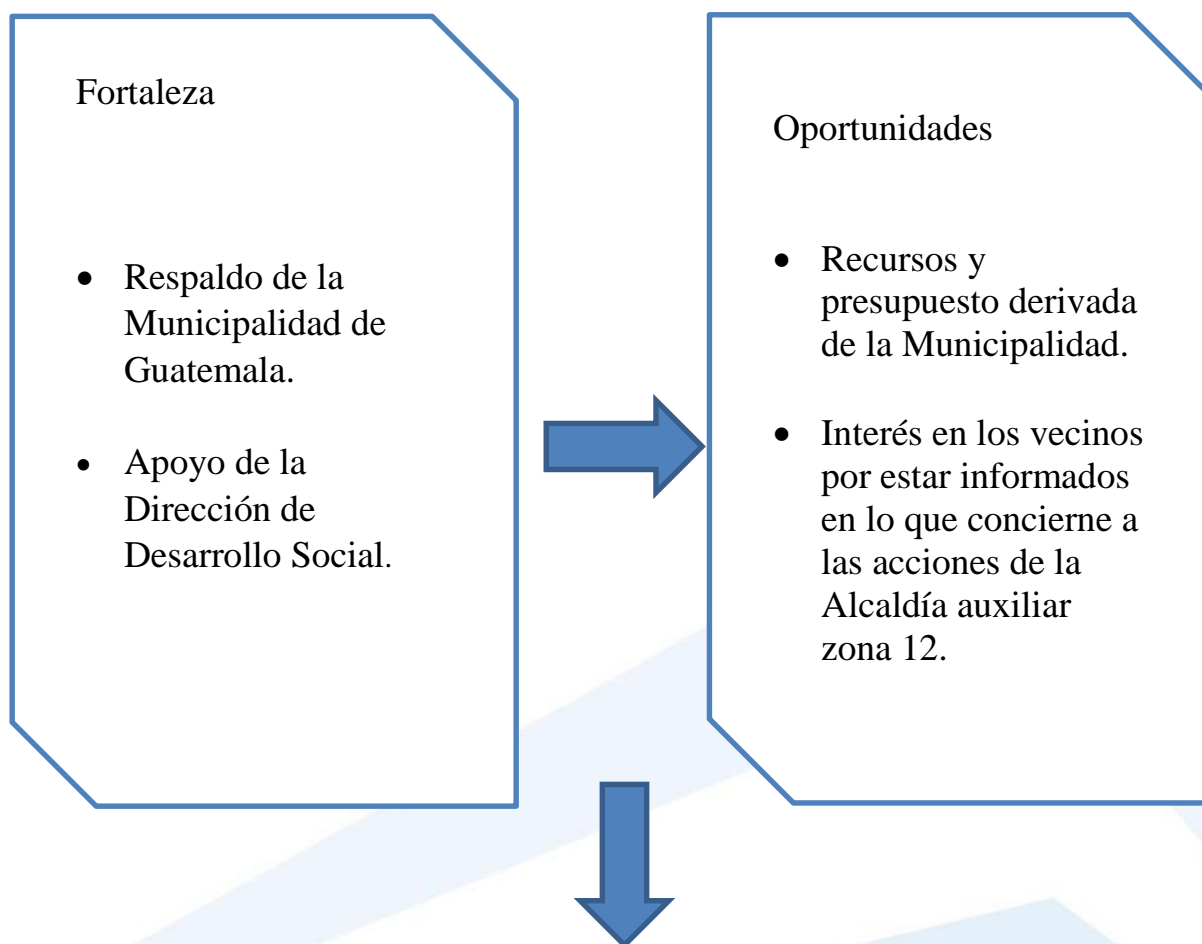
Análisis: según los datos obtenidos, se establece que el medio de comunicación más óptimo para trasladar información de la Alcaldía auxiliar zona 12 es *Facebook*. Otra opción es *WhatsApp*, con un recuento de 46 selecciones, equivalentes a 42.2% de los encuestados.



1.15. FODA

La sigla FODA, es un acrónimo de fortalezas que son “(factores críticos positivos con los que se cuenta), Oportunidades, (aspectos positivos que podemos aprovechar utilizando nuestras fortalezas), Debilidades, (factores críticos negativos que se deben eliminar o reducir) y Amenazas, (aspectos negativos externos que podrían obstaculizar el logro de nuestros objetivos)” (Matriz Foda, s.f.).

Es una herramienta estratégica que ayuda analizar la situación de la institución con factores positivos para fortalecer aquello que este débil externamente en la Alcaldía auxiliar zona 12.





Debilidades

- Coordinación en las gestiones para el desarrollo de varios sectores de la zona 12.
- Acercamiento con los vecinos de la Alcaldía auxiliar zona 12.
- Comunicación en la ejecución de proyectos y programas para mejorar, con forme a las necesidades de los vecinos de la zona 12.
- Difusión de información de interés para los vecinos de la zona 12.
- Deficiencia en la atención a los vecinos.



Amenazas

- Vulnerabilidad ante la pandemia del Covid-19.
- Inconformidad en los vecinos, causando que propaguen caos.
- Suspensión de cursos y talleres por no estar a la vanguardia de la tecnología.
- Desactualización de herramientas digitales.
- Privación de información sobre acciones de la institución.

(Fuente: elaboración propia)

1.16. Problemas detectados

- No tiene buena imagen la organización institucional

En la portada de imagen la institución no cuenta con su logo o fotografía de la institución para hacer referencia, solamente cuenta con una fotografía de una bandera de Guatemala.



- No tienen una guía de comunicación efectiva

No hay una secuencia de comunicación, ya sea llamada o mensajes en *Messenger*.

- No poseen una cuenta de *Twitter*

Todas las Alcaldías auxiliares cuentan con *Twitter* e *Instagram*.

- No existe interacción con los vecinos

No tienen atención al vecino, no responden sus inquietudes, sus publicaciones son irregulares.

- Existe una página de *Facebook*, pero con poco alcance comunicacional

En la zona 12 de la ciudad capital, existe una página de *Facebook* llamada Vecinos la reformita, y triplica el número de seguidores que la página de la Alcaldía auxiliar zona 12.

- Desinformación de sus programas y cursos técnicos

Las publicaciones de información de programas están incompletas y esto genera desinformación, las personas preguntan sobre datos que deben estar visibles.

- En la página de *Facebook* de la institución delato falta de información sobre prevención

El monitoreo de la página en mayo 2020, evidencio la falta de publicaciones sobre prevención de la pandemia Covid-19 en la zona 12.

1.17. Planteamiento del problema comunicacional

Se identificó que el problema central de comunicación es la falta de atención e interacción con los vecinos de la jurisdicción de la Alcaldía auxiliar zona 12.

1.18. Indicadores de éxito

Ante la pandemia del Covid-19 que pasa el país de Guatemala, se ha creado varias problemáticas en las instituciones tal es el caso de la Alcaldía auxiliar zona 12, en donde se han limitado actividades laborales que perjudican a la atención y comunicación para los vecinos de esa jurisdicción.



El canal de comunicación que poseen es únicamente la página de *Facebook*, en la cual no se muestra interacción con los vecinos, por la falta de recurso humano, o una persona solamente está como responsable de toda la comunicación en la Alcaldía auxiliar zona 12, por esa razón se definen herramientas para la solución ante la problemática encontrada.

Con la disposición del Alcalde Ing. Paulo Ovando, y de la persona de comunicación para reestructurar la página de *Facebook*, se cuenta con la probabilidad de un 90%, para maximizar el flujo de información e interacción con los usuarios.

Para que en la Alcaldía auxiliar zona 12, puedan implementar mecanismos digitales novedosos en la página de *Facebook*, obtendrán un cien por ciento de probabilidad de simplificar la comunicación con los vecinos de la zona, siendo óptima para que puedan resolver inquietudes y quejas.

1.19. Proyecto a desarrollar

“Propuesta de estrategia de comunicación para implementación de herramientas para la recepción y atención al vecino en la página de *Facebook* de la Alcaldía auxiliar zona 12”.

Según el resultado de la encuesta se refleja inconformidad por desatender las peticiones que realizan y desinformación. La página será óptima en la recepción de mensajes de los vecinos, y tendrán una pronta respuesta a sus necesidades, y seguimiento a sus solicitudes que realicen.

Con la finalidad de crear la confianza en los vecinos, además que se sientan respaldadas por la Alcaldía auxiliar zona 12, y lograr diálogos para conocer las necesidades de los usuarios, por medio de las redes sociales especialmente en la página de *Facebook*, y puedan comunicarse en cualquier momento, esto mejorará la comunidad en la medida que sea posible, involucrando también a los vecinos e ir en busca de la unidad y alcanzar trabajar todos juntos por una mejor comunidad, por medio de una buena comunicación. (Véase en gráfica 11)



Capítulo 2

Plan estratégico

2. Plan estratégico de comunicación

2.1. Descripción técnica de la estrategia del proyecto

Se crea una estrategia de comunicación en *marketing* digital enfocado en la página de *Facebook* de la Alcaldía auxiliar zona 12, para lograr una mayor proyección con resultados efectivos para mejorar la funcionalidad del acercamiento con los vecinos de la jurisdicción de zona 12, por medio de las redes sociales que son un acelerador de información y socialización.

Para tener claro la importancia de la comunicación organizacional, se define como "la totalidad de mensajes que se intercambia entre los miembros de una organización y su entorno" citado en tesis Solano, (Rodríguez, 2008, pág. 35). Por consiguiente la comunicación será toda esa información, contenido e ideas por medio de un mensaje mediante un canal, con destino a un receptor.

Con el acto de transmitir ideas por cualquier medio de difusión de una persona a otra, siendo uno el emisor y el otro receptor, este proceso de comunicación se produce si el destinatario comprende el mensaje. Por lo tanto, los métodos de compartir información son vitales para las organizaciones, ya que esto permite un desarrollo y crecimiento en la institución. El flujo de información debe ser constante con el fin de garantizar al receptor contenidos pertinentes, verídicos e inmediatos.

Por estrategia se debe entender, según *Morrissey* "como la dirección en la que una empresa necesita avanzar para cumplir con su misión. Esta definición ve la estrategia como un proceso en esencia intuitivo" (Course Hero).

Las buenas estrategias de comunicación garantizan el éxito de las instituciones por medio del uso correcto de las herramientas, permitiendo lograr una planificación en el tiempo de una representación organizada, que incluya contenido sistematizado. Esto les permite esclarecer



juntamente con su equipo de trabajo para establecer qué tácticas usan, y así lograr desarrollar el mensaje, además, de qué manera va a comunicar las acciones estratégicas.

Existen estrategias de comunicación diversas y cada cual se rige a necesidades y a objetivos diferentes, en este caso la estrategia es corporativa procesada y dirigida al entorno exterior, con una comunicación de conformidad de la Alcaldía auxiliar zona 12.

La estrategia externa es un conjunto de acciones de comunicación destinadas a los vecinos de la institución, contemplando los recursos a invertir sea este primordialmente el humano, ya que existe una variedad de herramientas en *marketing* digital, como la estrategia de comunicación que será el uso en medios digitales como en las redes sociales.

Con relación al marketing, *Philip Kotler* lo define como “proceso social y administrativo mediante el cual grupos e individuos obtienen lo que necesitan y desean a través de generar, ofrecer e intercambiar productos de valor con sus semejantes”, citado por (Conceptos de marketing, 2008).

Por lo tanto, la comunicación externa también contribuye a crear una imagen de la empresa, pero su objetivo en concreto es actuar sobre la imagen, con una dimensión de la comunicación externa que incluye subáreas como el *marketing* digital, como una de las variables y el medio donde se realiza esta comunicación, como la publicidad en *internet*.

En la contemporaneidad, la metodología de difundir de una forma clara un mensaje en el amplio mundo de las redes sociales es un factor clave y de éxito, creando una experiencia positiva de la institución con esta manera de interacción por *internet*, que se alcanza por medio de esa herramienta a miles de usuarios, y en el caso particular a la población de la zona 12, la cual es el *target* de servicio de la Alcaldía auxiliar zona 12.

La palabra inglesa “*target*” no es otra cosa que “el “objetivo” y cuando lo aplicamos al ámbito del marketing se refiere al público objetivo de nuestras acciones. ¿A quién nos estamos dirigiendo? ¿Cuáles son sus gustos?, ¿sus costumbres?, ¿dónde está? (...)” (Borges, 2020).



En el ámbito del *marketing*, el conocimiento del mercado y del público al que se dirige es fundamental, debido que la institución tiene una responsabilidad social inherente, que se ve más evidente en situaciones inesperadas como la actual pandemia Covid-19. Al ser actores claves para las actividades humanas cotidianas brindándoles confianza, estabilidad y sobre todo apoyo a los vecinos, que en el confinamiento por la crisis es una comunidad vulnerable.

2.2. Objetivos de la estrategia

2.2.1 Objetivo general

Fortalecer la comunicación virtual a través de la plataforma de Facebook, para mejorar la interacción de los vecinos con la Alcaldía auxiliar zona 12.

2.2.2 Objetivos específicos

- Estructurar un canal de comunicación, para tener una interacción óptima de respuesta a inquietudes y solicitudes de los vecinos de la Alcaldía auxiliar zona 12.
- Diseñar un instrumento de gestión para que las solicitudes de los vecinos se hagan llegar de forma más eficaz a la Alcaldía auxiliar zona 12.
- Crear una agenda de contenido para la página de *Facebook* de la Alcaldía auxiliar zona 12, y establecer un formato en la comunicación.

2.3. Misión

Reestructurar la comunicación externa de la Alcaldía auxiliar zona 12, por medio de la página de *Facebook*, y retomar el sentido de servicio, mediante una fluidez de información y atención, logrando crear diálogos de ambas vías y poder conocer sus necesidades de una forma personalizada y moderna, simplificando la atención de personas de ese distrito ante la pandemia del covid-19.



2.4. Visión

Crear empatía con los vecinos, para que se sientan apoyados y respaldados por la Alcaldía auxiliar zona 12, fortaleciendo aún más la unidad y así juntos trabajen en pro de la zona, ante una comunicación amigable.

2.5. Elementos comunicacionales que según su diagnóstico aplicará

Con lo detectado en el diagnóstico de comunicación que se realizó en la Alcaldía auxiliar zona 12 se aplicará ciertos elementos comunicacionales que se necesitan definir, para tener una mejor percepción de la ejecución del plan estratégico.

2.5.1. Pandemia

Esta crisis global generada por el Covid-19, ha sobregirado drásticamente la forma de comunicación en atención y acercamiento social cambiando todas las rutinas cotidianas. Para conocer mejor en que consiste una pandemia la real academia española indica “es una enfermedad epidémica que se extiende a muchos países o que ataca a casi todos los individuos de una ciudad o región” (RAE, 2019).

2.5.2. Covid-19

“es la enfermedad infecciosa causada por el coronavirus que son una extensa familia de virus que pueden causar enfermedades tanto en animales como en humanos. causan infecciones respiratorias desde el resfriado común hasta enfermedades más graves como el síndrome respiratorio agudo severo (SRAS)” (OMS, 2019) .

Por todas las complicaciones que surgen ante el covid-19 el resguardo de la salud es primordial reestructurar la forma de comunicarse en la Alcaldía auxiliar zona 12 con sus vecinos, con base al diagnóstico comunicacional realizado delató, que manejan un modelo de comunicación digital, la cual es una fuente muy utilizada hoy en día para informar masivamente.



En el proceso de comunicación se derivan varias técnicas que es necesario considerar para la estrategia comunicacional, y comprender mejor qué elementos se deben aplicar con referencia a datos obtenidos en el estudio, y que surja una interacción bidireccional.

2.5.3. Comunicación digital

Que son “sistemas de plataforma online, redes sociales y herramientas de análisis de visitas” (Esdesign, 2018). Es tan utilizada hoy en día debido a que, es el intercambio de información y conocimiento, haciendo uso de herramientas digitales disponibles como en *Smartphone* y una variedad de dispositivos digitales con acceso a *Internet*. Núñez (2005), afirma “ gracias a todos estos cambios todo comunicador debe comprender y aprovechar las oportunidades que brinda la tecnología”, citado por (Calaméo, s.f.).

También permiten a las organizaciones a mantener un flujo constante de información, y lo tan necesario en la actualidad que es la retroalimentación en públicos *Bill Gates* dijo una vez, "Soy fiel creyente de que cualquier herramienta que mejora la comunicación tiene efectos profundos en términos de cómo las personas aprenden unas de otras”, citado por (Conexión Esan, 2018).

Por lo anterior, se comprende que la comunicación, es el proceso por el cual se produce un intercambio de información por dos sujetos. Existen elementos que son las piezas que se articulan entre sí, para generar diferentes significados en tiempo real.

2.5.4. Comunicación

Según el modelo de *Lasswell* “es un constructo que ha permitido estudiarla de manera masiva, así como sus componentes y efectos en distintas audiencias” (Psicología y Mente, s.f.).



2.5.5. Comunicación de masas

En lo particular se analizan varias preguntas que se refieren a los componentes comunicativo inherentes en el plan estratégico para aplicar, a partir del modelo de *Lasswell*, que así mismo indicó que tienen distintos elementos como emisor, contenido, canal, receptor y efecto.

- ¿Quién? se trata del emisor: la persona que genera un mensaje o estímulo comunicativo, y que espera una respuesta de parte del receptor.
- ¿Qué? contenido surge de parte de la persona que emite dicho mensaje.
- ¿Cómo? desde el medio o canal, a través del que se transmite el mensaje. O es la forma en la que el contenido viaja del emisor al receptor.
- ¿A quién? la persona que se espera que reciba el mensaje del emisor.
- ¿Para qué? Se trata de analizar si los objetivos de transmitir cierto mensaje, Para *Lasswell*, “toda comunicación tiene un efecto, sea o no el planeado originalmente”.
(Psicología y Mente, s.f.)

Lo anterior denota que todo contribuye a un proceso de comunicación de masas esencial, por lo tanto, para comunicarse se emplean todos estos elementos. Solamente hay que decodificarlos en el mecanismo difundido como publicaciones o mensajes en redes sociales.

2.5.6. Redes sociales

podemos definir que “son estructuras formadas en *internet* por personas u organizaciones que se conectan a partir de intereses o valores comunes. A través de ellas, se crean relaciones entre individuos o empresas de forma rápida, sin jerarquía o límites físicos” (RD Station, 2017).

Por lo tanto, todo lo que se difunde se relaciona con la comunicación externa.

2.5.7. Comunicación externa

El compartir información, ya sean noticias de la propia empresa, así como de sus servicios o comunicados, publicaciones en redes sociales dirigidas al público objetivo. Al igual que sucede con la comunicación interna, una empresa debe contar con un área de comunicaciones destinada a potenciar y gestionar de forma correcta sus mensajes. Las herramientas más usadas aquí son los sitios web corporativos. La plataforma web de la organización mostrará de manera pública las actividades y eventos relacionados con la empresa. (Conexión Esan, 2018)



2.5.8. Comunicación interna

“Tiene lugar entre el personal dentro de una organización” (Tendencias & Innovación, s.f.). Todas las acciones que realiza se comunica de lo interno a lo externo. Para que sea una comunicación pública y esto también llega a los colaboradores internamente. Si integran actividades que benefician y representan a los vecinos de cada colonia. Posibilita fortalecer y potenciar el sentido de pertenencia, al mismo tiempo que favorece la participación de los diferentes componentes del desarrollo orientada a todo público.

2.5.9. Comunicación externa lineal

La comunicación externa también debe ser lineal según *McQuail y Windahl* (1997), “es unidireccional entre dos polos característicos, emisor y receptor (...)” citado en (Efdep, 2013).

Por eso es necesario brindar la oportunidad de responder y opinar a todos los que reciben nuestros mensajes en redes sociales como *Facebook*.

2.5.10. *Facebook*

“Actualmente es la red social por excelencia en este mundo globalizado, que tiene como objetivo hacer publicaciones de manera rápida gracias a sus herramientas de segmentación y como alternativa para sus clientes” (Drealm, 2013).

De esta manera se consigue una mayor retroalimentación de lo que funciona o no. Por ejemplo, una respuesta de un usuario sobre una duda o falta de entendimiento de un servicio, esto permitirá educar al interesado a publicar reseñas.

En el contexto, se requiere a personal responsable de gestiones en la comunicación externa en la Alcaldía auxiliar zona 12 asumiendo a la gestión estratégica de los medios sociales, como uno de los elementos clave para su buen relacionamiento y eficiencia de la organización.



El intercambio de información siempre existirá de persona a persona o bien sea una empresa, aplicando el “quién”, en este caso es la Alcaldía auxiliar zona 12, divulgando un “qué”, mensaje que puede ser escrito o visual, luego sería el “cómo”, y convenientemente es en redes sociales en la plataforma de *Facebook*, dirigida “a quién”, los vecinos de zona 12 especialmente, “para qué”, para interactuar con ellos, informar y conocer sus necesidades y apoyarlos en la medida de lo posible para sentirse más a gusto en su sector.

2.5.11. Relaciones públicas

Es un conjunto de servicios de “comunicación estratégica coordinada y sostenida a lo largo del tiempo. Tienen como principal objetivo fortalecer los vínculos con los distintos públicos, escuchándolos, informándoles y persuadiéndolos para lograr consenso, fidelidad y apoyo de los mismos en acciones presentes y/o futuras” (Martini, 1998). Todo esto reúne varias labores por parte de la Alcaldía auxiliar zona 12 que encajan dentro de lo que se persigue como parte del proceso de comunicación en *Facebook Messenger*.

2.5.12. *Facebook Messenger*

Se define como la “herramienta de mensajería instantánea de *Facebook* la cual fue incorporada en 2011. Además, de ser una aplicación de mensajería, *Messenger* también tiene una función “*Stories*” exclusiva. Para las empresas, tiene algunas características interesantes, como *Bot* y respuestas inteligentes” (RD Station, 2017).

Esta es la red social más versátil y completa, es prácticamente imposible no contar con *Facebook*, siendo un gran aliado en una estrategia de *marketing* digital, por tal caso se incluyó en el plan comunicacional incorporando un *Bot*.

2.5.13. *Bot*

Proviene de la palabra *Robot*, que en concepto es la “forma como se le denomina en el argot tecnológico a las cuentas que simulan ser personas en una red social y son creadas con un fin determinado” (...), (Pérezbolde, 2012). Ayuda a realizar tareas e interactúa con los usuarios de forma automática en *Messenger* denominándolo como *ChatBot*.



En el rol de intercambio de información la herramienta *Bot*, es de mucha utilidad simplificando las tareas humanas, en cuanto la atención de los vecinos de la Alcaldía auxiliar zona 12, este botón se programa dentro de *Messenger*, con un flujo de datos ya estructurados, que se van a derivar de forma que el usuario coloque sus interrogantes.

Además, está incluida otra herramienta en ese mismo apartado, que es un *link* que va a direccionar a formularios de *Google Forms*, cuando el usuario indique que desea realizar una gestión de solicitud de ornato.

2.5.14. Google Forms

“Formularios de *Google Forms*, permite planificar eventos, enviar una encuesta, hacer preguntas, o recopilar otros tipos de información de forma fácil y eficiente” (Google, s.f.).

Los formularios son de utilidad entorno de las publicaciones en *Facebook*, ya que las personas saturan de comentarios refiriéndose a quejas de su sector y solicitando que sean atendidas, esto desvía la atención de la publicación, Es por esa razón que los formularios solventan esa problemática detectada y así el personal solamente se concentra en darle viabilidad a comentarios referentes a lo publicado.

Esto fortalece las medidas de prevención, en torno a que las personas en esta etapa de confinamiento se acerquen a la institución, ya que simplifica la atención, porque esta podrá ser desde cualquier medio sea este una *tablet*, computadora, *laptop* o lo más común un celular *Android*, ingresando a la plataforma de *Facebook*.

2.6. Alcances y límites de la estrategia

El plan estratégico a desarrollar se aplicará a toda la jurisdicción de la Alcaldía auxiliar zona 12, para tener un mejor acercamiento de atención, con los seguidores de la red social, por la situación del Covid 19, que provoca distanciamiento social.

La propuesta de la estrategia tendrá como alcance a cualquier usuario que ingrese al *ChatBot*, y cuando deseen hacer gestiones y seleccionen el botón del formulario dentro de *Facebook Messenger*.



El personal responsable del departamento de comunicación de la institución, debe tener la capacidad y experiencia en el manejo de todos los recursos disponibles al servicio de la comunicación, incluyendo la gestión realizada por los vecinos, así como el manejo de con medios de red social, logrando mantener buena imagen y así mejorar las relaciones externas.

Las posibles limitaciones que se pueden encontrar en el camino es que el personal de comunicación de la institución, no implemente la propuesta de ejecución de herramientas, para dar un servicio factible a los usuarios en el flujo de información automático y el formulario digital para gestiones.

Incluyendo también el departamento de gestión de la Alcaldía auxiliar zona 12, no les dé continuidad a las solicitudes realizadas. Según el tiempo pertinente, y brindarle una pronta atención en mejora de la comunidad, ya que solo es un canal de comunicación no la solución del problema.

De igual manera la información programada en el *ChatBot* dentro de *Facebook Messenger*, debe ser actualiza dependiendo de la caducidad de lo que se esté divulgando, esto lo tendrá que realizar el departamento encargado de comunicación de dicha Alcaldía, y así pueda seguir ejecutando la propuesta de estrategia comunicacional planteada. Estos mecanismos implementados no resolverán todos los problemas comunicacionales. Si la institución no ejerce su desarrollo correspondiente como están enfocados en el proyecto.

Se aclara que el *ChatBot* programado para el flujo de información artificial es de plan gratuito, con un límite de 500 suscriptores al mes, si sobrepasa ese número el *ChatBot* tendrá que ser manual, y solo será automático con los suscriptores que ingresaron entre los primeros 500.

Después de este número se recomienda, que por medio del financiamiento estipulado para el departamento de comunicación y puedan adquirir el sistema de pago *Pro*, y los usuarios sean ilimitados en la suscripción de la plataforma, además que se agregaran otras características y herramientas en esa modalidad.



Otra limitante podrá ser, en caso el personal de la institución no continua con la agenda planificada de contenidos para publicaciones secuenciales en la página de *Facebook* de la Alcaldía auxiliar zona 12, pues los vecinos perderán el interés.

2.7. Metodología para la aplicación de la estrategia comunicacional

La metodología a adoptar es la de *marketing* digital, por ser la más adoptada por su interactividad con el público en general, tal es el caso de las redes sociales con sus contenidos interactivos.

Es imprescindible el servicio, la atención y la unidad aunado a una buena comunicación que es crucial ante los tiempos difíciles que se viven globalmente es por esta razón que la institución debe renovarse según a las variantes que conllevan las disposiciones para guardar la salud y la integridad humana.

Por lo tanto, con los resultados obtenidos en la encuesta realizada a los vecinos de la zona 12 denota una reestructuración de comunicación dirigida a informar y gestionar los mensajes en *Facebook* estos siendo en comentarios o ya sea en el *chat* de *Messenger* actual. Los usuarios realizan esas intervenciones por teléfono; antes de la pandemia Covid-19, existía un acercamiento personal a la Alcaldía auxiliar zona 12, y que ahora tendrá que ser modificado.

Lo cual es consecuente como la pandemia cambio al mundo referente a la manera de comunicarse, por esa circunstancia por medio de la estrategia de comunicación se brinda una reestructura a la forma de entrelazar a los vecinos de dicha zona, para ser atendidos dependiendo a sus necesidades y de una metodología más práctica a su alcance.

Por su canal de comunicación el cual es la página de *Facebook*, se propone programar un sistema informático que es capaz de responder a los usuarios gracias a la inteligencia artificial, llamado *Bot*, esto se lleva a cabo dentro de *Facebook Messenger*. Es una herramienta utilizada por millones de personas en todo el mundo y que ahora se está dando un realce por su versatilidad y la posibilidad de interactuar con más facilidad y con mayor rapidez con varias personas a la vez.



La automatización de mensajes en el *ChatBot* traerá beneficios de atención al cliente, mencionando algunos como:

- Ofrece la posibilidad de tener diálogos desde uno a cientos de usuarios.
- Da una mejor atención al vecino de una forma directa y simultánea.
- Deriva tráfico y visitas a la página de *Facebook* de la Alcaldía auxiliar zona 12.
- Segmenta y clasifica al instante a los usuarios para diversas consultas.
- Permite dar información las 24 horas del día.
- Permite la recepción de solicitudes que realicen los usuarios y esto llega directo al correo de la institución automáticamente.
- Obtendrá más tiempo libre al personal que maneja la red social, y solo será necesario para responder directamente alguna interrogante fuera del programa de respuesta.

El *Bot* se programa de acuerdo a la información que esté brindado en determinado momento la Alcaldía, como los horarios de la institución entre otros, aunado a un área específica que direccionará a un formulario. Por ejemplo, el usuario ingresa al enlace y llena los datos requeridos, para que después sea enviado al personal encargado de las gestiones y solicitudes, y así poder atender a sucesos del sector.

Las solicitudes pueden ser como por ejemplo el ornato, infraestructura, señalización en el sector o alguna otra variante. La recepción de solicitudes es con los formularios de *Google Forms*, es de acceso digital. Se puede entrelazar con el *Bot*, para que sea automático al momento de ingresar en ese apartado en la página de *Facebook Messenger*, para que la institución pueda conocer de manera factible las necesidades de los vecinos de zona 12 y coordine a su personal según las peticiones solicitadas.

Al momento que los programas y talleres que con anterioridad impartían surjan nuevamente después del confinamiento, se debe programar en *Facebook Messenger*, la información y requisitos de como poder formar parte de los cursos, para evitar que las personas se comuniquen en repetidas ocasiones y congestionan la línea telefónica, y esto se vuelva un tanto incómodo para ambas partes.



2.8. Actividades para la operatividad de la estrategia

Las herramientas para ejecutar la estrategia comunicacional serán.

2.8.1 Implementación de un *Bot* con *ManyChat*

En la plataforma de *ManyChat*, se programa un flujo de información, y se constituye el *ChatBot* dentro de *Facebook Messenger*, por medio de este sistema gratuito limitado a 500 suscriptores, o de pago con más funcionalidades en el sistema *Pro*.

Debido a las ocupaciones varias del Alcalde auxiliar Ing. Paulo Ovando, lo cual repercute en el tiempo para la ejecución de acciones, no fue posible concretar un acuerdo para la implementación total de la propuesta anterior descrita, sugerida como estrategia de comunicación para la institución.

Por esa razón, se opta por diseñar una guía para programar un *Bot*, con la plataforma de *ManyChat*, materializado en formato digital para que el personal de comunicación de la Alcaldía auxiliar zona 12 lo implemente en el momento que considere el representante de la entidad. Además, la guía podrá servir en el futuro para actualizar información que pueda ser desplegada automáticamente, acorde a los sucesos en la institución, y quede fusionada como se establece en la estrategia comunicacional.

2.8.2. Formularios con *Google Forms*

Con *Google Forms*, utilizando este mecanismo de formulario, para la recepción de solicitudes o quejas referentes a mejoras en el sector del solicitante.

De igual manera, debido a las ocupaciones varias del Alcalde auxiliar Ing. Paulo Ovando, lo cual repercute en el tiempo para la ejecución de acciones, no fue posible concretar un acuerdo para la implementación total de la propuesta anterior descrita sugerida como estrategia de comunicación para la institución.



Por lo anterior, se diseña una guía para crear formularios en la plataforma de *Google Forms*, materializado en formato digital, que podrá servir para el personal de comunicación de la Alcaldía auxiliar zona 12, para implementarlo en el momento que considere el representante de la entidad, y quede fusionada como se establece en la estrategia comunicacional.

Se aclara que se crea una *Fan page* en *Facebook* llamada “Demo prueba Alcaldía auxiliar zona 12”, para mostrar la funcionalidad de la primera y segunda propuesta, incluidas en la plataforma de *ManyChat*, quedando fusionada en *Facebook Messenger*. Esclareciendo que esta acción es solo de observación interna de la Alcaldía auxiliar zona 12, como demo de prueba.

2.8.3. Agenda de contenidos para publicaciones en *Facebook*

Elaboración de agenda de contenido por 4 semanas según calendario de *Community Manager* del presente año, para que tengan un orden y secuencia en publicaciones según a los intereses de los vecinos de la Alcaldía auxiliar de zona 12, según el resultado obtenido en la encuesta realizada a los usuarios de la jurisdicción de dicha zona.



2.9. Cronograma

Tabla 6. Cronograma de actividades de la estrategia de comunicación

No.	Actividades	Agosto				Septiembre		
		1	2	3	4	1	2	3
	Realización							
1	Elaboración de informe del plan para la Alcaldía	✓	✓	✓				
2	Crear una <i>Fan page</i> de Prueba para el <i>ChatBot</i>	✓	✓					
3	Elaboración de flujo para el <i>ChatBot</i>		✓					
4	Implementación de un <i>Bot</i> , en la página de <i>Facebook Messenger</i> , llamada Demo Prueba		✓	✓	✓			
5	Elaboración de formulario para solicitud de gestiones y enlazarlo al <i>Bot</i> , en la página de Prueba de <i>Facebook</i>		✓					
6	Elaborar dos guías, para el personal de la institución para poder implementar el <i>Bot</i> y los formularios.		✓	✓	✓	✓		
7	Elaboración de agenda de contenido, para la página de <i>Facebook</i> de la Alcaldía auxiliar zona 12				✓	✓		
8	Ejecución de las actividades				✓	✓		

(Fuente: elaboración propia)

2.10. Financiamiento

La institución no proporcionó financiamiento para la ejecución del plan de comunicación.

Se aclara que, a pesar que la institución no cuenta con un rubro económico para financiar el plan estratégico de comunicación, este se enmarca dentro del acuerdo interinstitucional ente la Alcaldía auxiliar zona 12 y la Escuela de Ciencias de la Comunicación, dentro del marco del ejercicio profesional supervisado (EPS), dentro del periodo establecido.



2.11. Presupuesto

Tabla 7. Presupuesto de ejecución del plan comunicacional para la Institución

No.	Actividad	Costo
1	Asesoría comunicacional a la institución	Q5,000.00
2	Etapa operacional, incluye dos guías de programación e implementación de formularios de solicitud de gestión de vecinos, y de creación de un <i>Bot en Facebook Messenger</i> .	Q4,000.00
3	Elaboración de agenda de contenidos de 4 semanas, para publicaciones en la página de <i>Facebook</i> de la institución.	Q300.00
	Total	Q9,300.00

(Fuente: tabla elaboración propia)

Se recomienda, que la institución recurra a su recurso humano capacitado, para actualización de información que están brindando en ese momento, o bien emplear al personal idóneo.

Tomar en cuenta que el costo del programa tecnológico es gratuito para uso de 500 suscriptores, en dado caso la institución desee usar el sistema de paga *Pro*, tiene un precio desde \$. 10.00 al mes, el valor depende del número de usuarios que tengan interacción en *Messenger* con *ManyChat*.

2.12. Beneficiarios

La estrategia está dirigida a público en general, por medio del acercamiento comunicacional de la página de *Facebook* de la institución, específicamente tendrá incidencia en los vecinos de la Alcaldía auxiliar de zona 12, que comprende desde la 1ra calle y finalizando hasta la 54 calle de dicha zona de la ciudad de Guatemala.



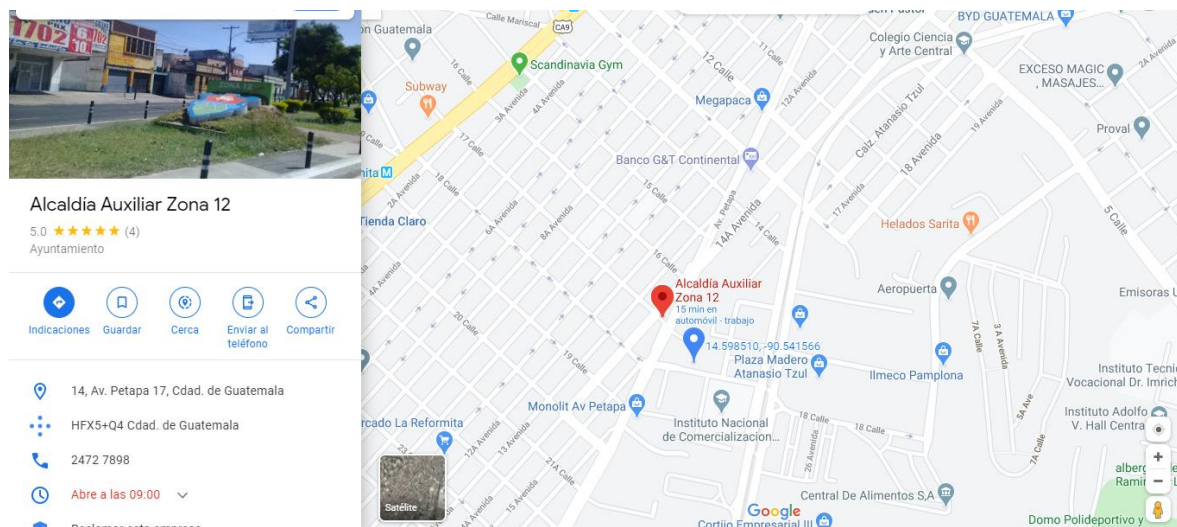
2.13. Recursos humanos

En disposición del recurso humano que actualmente ya cuenta la Alcaldía auxiliar zona 12, siendo este del departamento de comunicación la persona de redes sociales, para el apoyo de la ejecución de la estrategia comunicacional, incluyendo también las personas que se encargan de la gestión y recepción de solicitudes en la institución, por parte de los vecinos de la localidad, para que haya un cumplimiento y así lograr obtener el resultado proyectado.

2.14. Área geográfica de acción

Dirección sede: 14 avenida y 17 Calle, zona 12 ciudad de Guatemala (frente a la plaza cívica El Buen Pastor).

Imagen 3. Mapa de área geográfica de acción de la estrategia del plan de comunicación



(Google maps, s.f.)



2.15. Cuadro comparativo de la estrategia

Tabla 8. Cuadro comparativo de estrategia de comunicación

Actividad comunicacional	Objetivos específicos	Presupuesto	Recurso humano	Área geográfica de impacto	Beneficiarios	Fecha de ejecución
Creación de una <i>Fan page</i> de <i>Facebook</i> , llamada Demo Prueba, para programar un <i>ChatBot</i>	Estructurar un canal de comunicación, para tener una interacción óptima de respuesta a inquietudes y solicitudes de los vecinos de la Alcaldía auxiliar zona 12.	Q.00.00	Epesista de la Licenciatura en ciencias de la comunicación Ma. De los Angeles E.	Zona 12 ciudad	Usuarios de la Alcaldía auxiliar	Cuarta semana de agosto
Implementación de un <i>Bot</i> , en la página de <i>Facebook Messenger</i> , llamada Demo Prueba	Estructurar un canal de comunicación, para tener una interacción óptima de respuesta a inquietudes y solicitudes de los vecinos de la Alcaldía auxiliar zona 12.	Q.00.00	Epesista de la Licenciatura en ciencias de la comunicación Ma. De los Angeles E.	Zona 12 ciudad	Usuarios de la Alcaldía auxiliar	Cuarta semana de agosto
Implementación de formulario de solicitud y gestión, en la página de <i>Facebook</i> , llamada Demo Prueba	Diseñar un instrumento de gestión para que las solicitudes de los vecinos se hagan llegar de forma más eficaz a la Alcaldía auxiliar zona 12.	Q.00.00	Epesista de la Licenciatura en ciencias de la comunicación Ma. De los Angeles E.	Zona 12 ciudad	Usuarios de la Alcaldía auxiliar	Cuarta semana de agosto
Diseño de dos guías. 1. Para crear un <i>Bot</i> , y la 2. Para crear formularios y enlazarlos a la página de <i>Facebook</i> , de la Alcaldía auxiliar zona 12	Diseñar un instrumento de gestión para que las solicitudes de los vecinos se hagan llegar de forma más eficaz a la Alcaldía auxiliar zona 12.	Tiene un costo de Q300.00 invertido por diseños de portada y contraportada	Epesista de la Licenciatura en ciencias de la comunicación Ma. De los Angeles E.	Zona 12 ciudad	Usuarios de la Alcaldía auxiliar	Primera semana de septiembre
Agenda de contenidos de 4 semanas en <i>Facebook</i> de la Alcaldía auxiliar zona 12	Crear una agenda de contenido para la página de <i>Facebook</i> de la Alcaldía auxiliar zona 12, y establecer un formato en la comunicación.	Tiene un costo de Q80.00 el diseño gráfico	Epesista de la Licenciatura en ciencias de la comunicación Ma. De los Angeles E	Zona 12 ciudad	Usuarios de la Alcaldía auxiliar	Primera semana de septiembre

(Fuente: tabla elaboración propia)



Capítulo 3

Ejecución de la estrategia

3. Informe de la ejecución

3.1. Guía para crear un *Bot*, con *ManyChat*

Objetivo de la actividad	Se pretende con esta actividad que se implemente un <i>Bot</i> , para brindar información precisa e interacción, con los vecinos de la jurisdicción de zona 12, o cualquier usuario que desee información de la institución.
Medio utilizado	La guía está en digital e incluida en la página https://es.calameo.com/
Área geográfica de impacto	Para uso exclusivo del departamento de comunicación de la Alcaldía auxiliar zona 12. Logrando la implementación de la herramienta, para beneficiar a los vecinos de dicha jurisdicción, además de otros usuarios.
Presupuesto invertido	Q450.00 Asesoría de manejo de <i>ManyChat</i> Q 50.00 Uso de equipo de cómputo Q 40.00 Energía eléctrica Q150.00 Diseño gráfico <u>Q 75.00 Internet</u> Q765.00 Total de gastos

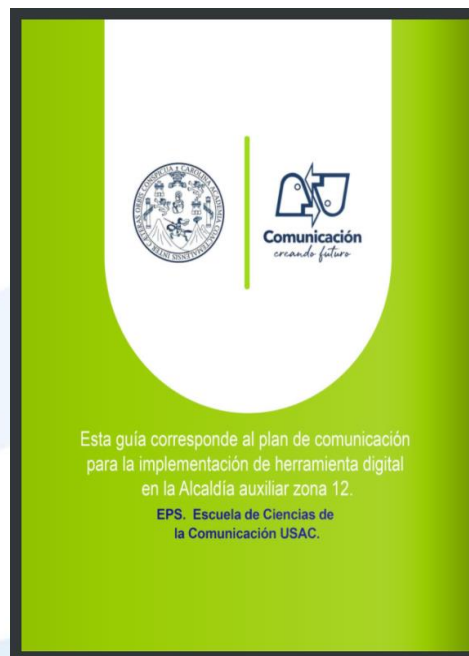
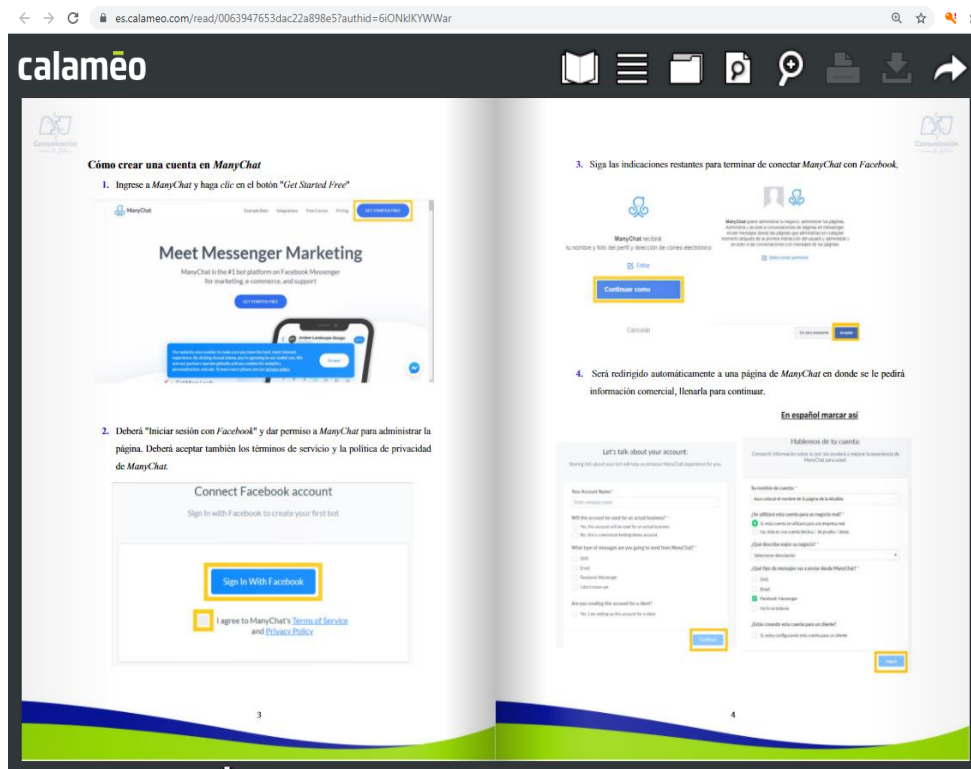


Ejecución de la guía para crear un Bot, con ManyChat

Link para ver la guía:

<https://www.calameo.com/books/0063947653dac22a898e5?authid=6iONkIK>

[YWWar](#)





3.2. Guía para crear formularios con *Google Forms*

Objetivo de la actividad	Se pretende con esta actividad, que se implemente un formulario de solicitud, para facilitar gestiones de sector de los vecinos de la zona 12.
Medio utilizado	La guía está en digital e incluida en la página https://es.calameo.com/
Área geográfica de impacto	Para uso exclusivo del departamento de comunicación de la Alcaldía auxiliar zona 12. Logrando la implementación de la herramienta para beneficiar a los vecinos de dicha jurisdicción.
Presupuesto invertido	Q 50.00 Uso de equipo de cómputo Q 40.00 Energía eléctrica Q150.00 Diseño gráfico <u>Q 75.00 Internet</u> Q315.00 Total de gastos



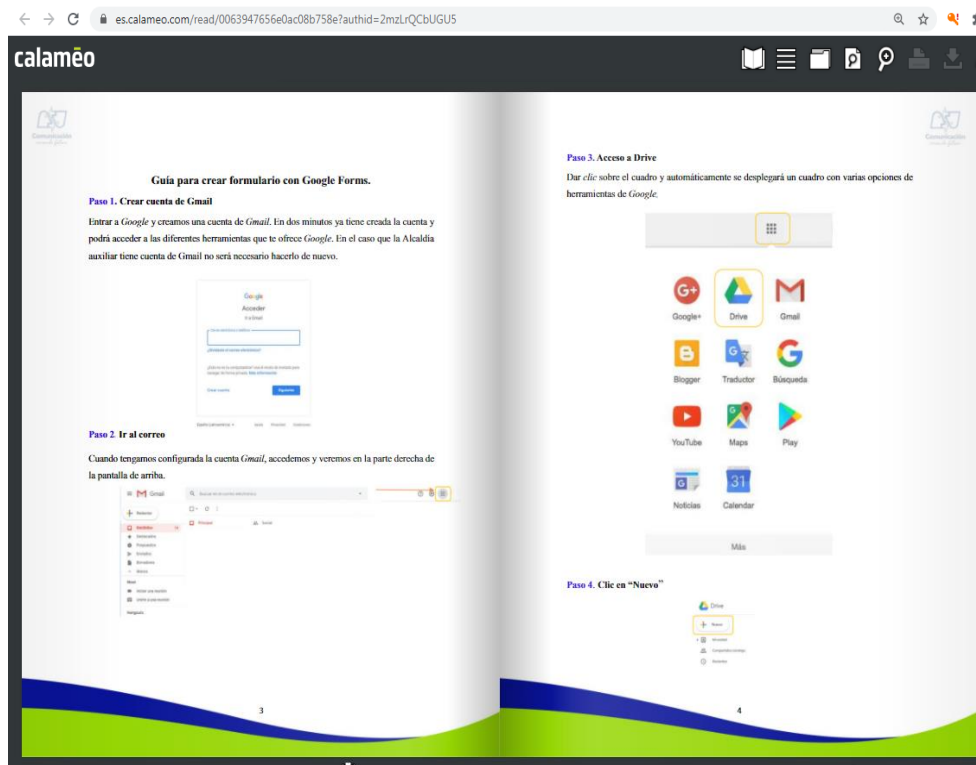
Ejecución de la guía para crear formularios, con *Google Forms*



Link para ver la guía:

<https://www.calameo.com/books/0063947656e0ac08b758e?authid=2mzLrQC>

[bUGU5](#)





Propuesta de implementación del *Bot*, dentro de la *Fan page* de *Facebook* llamada “Demo prueba Alcaldía auxiliar zona 12”

Objetivo de la actividad	Se pretende alcanzar con esta actividad, demostrar cómo debe quedar implementado el <i>Bot</i> , para disponer de un mecanismo de comunicación dentro de la página de <i>Facebook</i> , para interactuar con los usuarios de la institución.
Medio utilizado	<i>Facebook Messenger</i> en la página Demo prueba de la Alcaldía auxiliar zona 12, aunada a la plataforma de <i>ManyChat</i> .
Área geográfica de impacto	El personal de la Alcaldía auxiliar zona 12.
Presupuesto invertido	Q 100.00 Uso de equipo de cómputo Q 80.00 Energía eléctrica <u>Q 150.00 Internet</u> Q 330.00 Total de gastos

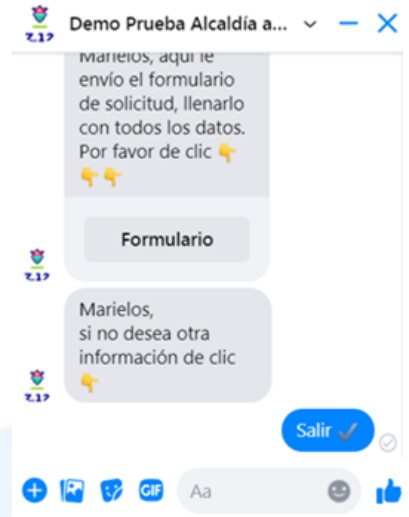
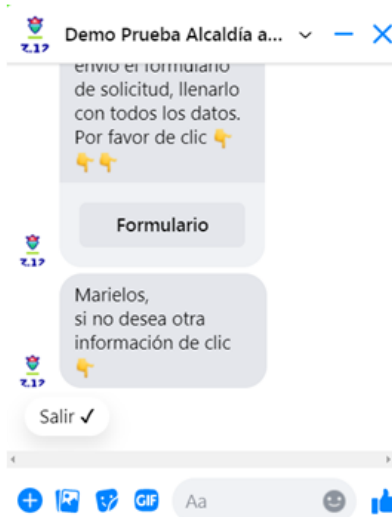
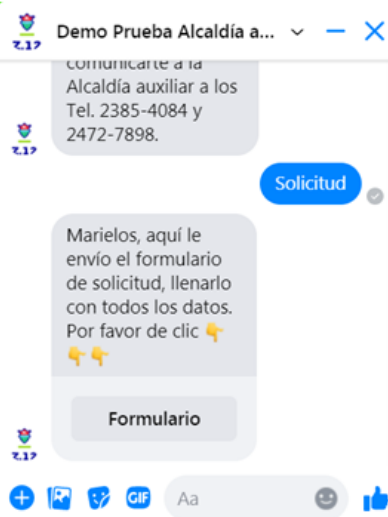
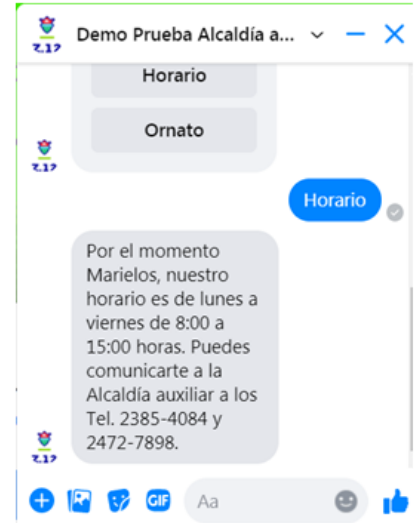
Propuesta de implementación del *Bot*, en *Facebook Messenger*

<https://www.facebook.com/Demo-Prueba-Alcald%C3%ADa-auxiliar-zona-12-128672562049266>





Continuación de propuesta del Bot, en Facebook Messenger






Propuesta de creación de formulario de *Google Forms*

Objetivo de la actividad	Se pretende, mostrar cómo queda la implementación del formulario, para facilitar a los vecinos de la Alcaldía auxiliar zona 12. Así puedan realizar solicitudes de gestión de mejora en el sector evitando que lleguen directamente a la alcaldía. Se podrán realizar desde cualquier dispositivo digital y en cualquier momento, al quedar integrado en la página de <i>Facebook</i> de la institución.
Medio utilizado	<i>Google Forms</i> además de la plataforma de <i>ManyChat</i> , para verse reflejado en <i>Facebook Messenger</i> .
Área geográfica de impacto	Todos los usuarios que se pongan en contacto con la página especialmente a vecinos de zona 12.
Presupuesto invertido	Q 40.00 Uso de equipo de cómputo Q 20.00 Energía eléctrica <u>Q 20.00 Internet</u> Q 80.00 Total de gastos



Propuesta de implementación del formulario con *Google Forms*, para solicitud de gestión. *Link* para ver el formulario: <https://forms.gle/zmYgyUCNewAtN2Xq5>



Z.12

Solicitud

Para tramitar la gestión Ingrese los datos requeridos. Los datos que brinde son confidenciales.

**Obligatorio*

Nombre completo ***

Tu respuesta

Número de Teléfono

Tu respuesta


Dirección de correo electrónico ***

Tu respuesta

Escriba su gestión ***

Tu respuesta

Agradecemos su espera para darle solución a su solicitud.



Z.12

Enviar

Nunca envíes contraseñas a través de Formularios de Google.
Google no creó ni aprobó este contenido. [Denunciar abuso](#) - [Condiciones del Servicio](#) - [Política de Privacidad](#)

Google Formularios



3.3. Agenda de contenidos de 4 semanas para publicaciones en *Facebook*

Objetivo de la actividad	Crear una secuencia de publicaciones de interés para los vecinos de la Alcaldía auxiliar zona 12.
Medio utilizado	Página de Facebook de la Alcaldía auxiliar zona 12.
Área geográfica de impacto	Todos los usuarios que ingresen a la página de especialmente a vecinos de zona 12.
Presupuesto invertido	Q 50.00 Uso de equipo de cómputo Q 80.00 Diseño gráfico Q 40.00 Energía eléctrica Q 80.00 Internet Q 250.00 Total de gastos



Ejecución de agenda de contenidos para publicaciones en Facebook



(Fuente: elaboración propia)



3.4. Programación y calendarización

No.	ACTIVIDAD	MARZO					ABRIL					MAYO					JUNIO					JULIO					AGOSTO				SEPTIEMBRE				OCTUBRE				
		S1	S2	S3	S4	S5	S1	S2	S3	S4	S5	S1	S2	S3	S4	S5	S1	S2	S3	S4	S5	S1	S2	S3	S4	S5	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S5				
1.	Elaboración y entrega de informes de Fase Propedéutica, más Investigación de campo inicial.	■	■																																				
2.	Proceso de entrega papelería para completar inscripción EPS- Licenciatura.	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■				
3.	Confirmación de Aceptación de la Institución.															■	■																						
4.	Elaboración 1. Diagnóstico de comunicación															■	■	■	■	■																			
5.	Recopilación de información de la Institución.															■	■	■	■	■																			
6.	Monitoreo de la página de Facebook de la Institución															■	■	■	■	■																			
7.	Video conferencias EPS-Licenciatura.															■	■	■	■	■																			
8.	Elaboración y distribución de encuesta a los vecinos de zona 12.															■	■	■	■	■																			
10.	Entrega de la Evaluación y revisión 1. Diagnóstico de Comunicación															■	■	■	■	■																			
11.	Tabulación y vaciado de las encuestas															■	■	■	■	■																			
12.	Elaboración 2. Plan de comunicación.															■	■	■	■	■																			
13.	Diseño de presentación de resultados de encuesta y entregada															■	■	■	■	■																			
14.	Corrección del diagnóstico															■	■	■	■	■																			
15.	Envío de correos a la Alcaldía para pedir autorización.															■	■	■	■	■																			
16.	Publicista Raúl Urbina Tema: La radio en línea en la Nueva Era Digital..																																						
17.	Elaboración de informe y video del plan de comunicación digital.																																						
18.	Entrega para revisión 2.Plan de Comunicación																																						
19.	Video conferencias EPS-Licenciatura.																																						
20.	Implementación de un Bot en la página de Facebook creada de prueba																																						
21.	Diseño de agenda de contenido para publicaciones de Facebook para la Institución.																																						
22.	3. Ejecución del algunas Estrategias del Plan de Comunicación																																						
23.	Elaboración de informe 3.Ejecución de plan de comunicación																																						
24.	Correcciones del plan de comunicación																																						
25.	Entrega del informe de los 3 capítulos para revisión																																						
26.	Recepción y revisión final de informe final																																						
27.	Evaluaciones de los informes-presentaciones individuales																																						
28.	Impresión final de informe empastado con cd's																																						
29.	Finalización del EPS de Licenciatura-Entrega de notas a Control Académico																																						



3.5. Conclusiones

- La pandemia del Covid-19, causó restricciones de movilidad y distanciamiento social, obligando a reestructurar la manera de comunicación, en atención y acercamiento con los vecinos de la Alcaldía auxiliar zona 12. Por esa razón surgió la necesidad de realizar el diagnóstico de comunicación, y así se identificó que herramientas se implementarían, en su actual página de *Facebook*.
- El presente estudio se enfocó a establecer estrategias, para reestructurar el canal de comunicación, siendo este primordialmente la plataforma de *Facebook* de la institución. Se evidenció como la falta de información e interacción con los vecinos de la jurisdicción de zona 12, solventándolo con la implementación del *Bot*, ya que la finalidad es tener una óptima respuesta a las inquietudes de los usuarios.
- Para atender a las problemáticas de los vecinos de la Alcaldía auxiliar zona 12, se sugiere que la institución tenga una recepción de solicitudes de gestión viable, apoyándose de herramientas digitales como los formularios de *Google Forms*, que en la actualidad mejoran y simplifican la atención y servicio entre institución y usuarios.
- Para mantener la interacción entre de los vecinos en la página de *Facebook* de la Alcaldía auxiliar zona 12, se evidencio que se necesita mejorar en el manejo de publicaciones que se realizan generando contenido de mayor interés en los usuarios, logrando consolidar la comunicación externa.



3.6. Recomendaciones

- Se le recomienda a la Alcaldía auxiliar zona 12 en un periodo de dos años, vuelvan a realizar un estudio de comunicación, pudiendo auxiliarse de especialistas de la escuela de ciencias de la comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala, para darle continuidad a la solución de falencias comunicacionales.
- Contar con el personal idóneo, para el manejo de las diversas herramientas de plataformas digitales, para darle seguimiento a la comunicación externa, y que contribuya con propuestas y proyectos comunicacionales en beneficio de los vecinos, y de la imagen de la Alcaldía auxiliar zona 12.
- Se sugiere a la institución utilizar la guía, para crear y actualizar formularios de forma digital, para la solicitud de gestión de mejora en el sector, y poder darles un mejor seguimiento a requerimientos de atención y comunicación a los vecinos de zona 12.
- Darle seguimiento al *Bot* diseñado como parte de la estrategia comunicacional ya que, contribuye a una respuesta rápida y versátil con los usuarios y vecinos de la institución de zona 12.
- Que utilicen la agenda de contenido para tener formatos establecidos de interés de los vecinos de la Alcaldía auxiliar zona 12, además de contar con una secuencia de publicaciones ya que, esto provoca un interés en estar informado de sucesos de la zona y del entorno social.



iv. Fuentes de consulta

McGraw Hill Interamericana . (2003). *metodología de la investigación*. Recuperado el 25 de julio de 2020, de <http://metodos-comunicacion.sociales.uba.ar/wp-content/uploads/sites/219/2014/04/Hernandez-Sampieri-Cap-1.pdf>

Aguilar, M. Á. (14 de octubre de 2016). *metodología de investigación*. Obtenido de <https://sites.google.com/site/metodologiadeinvestigaciontese/enfoques-mixtos>

Alcaldía zona 12. (20 de mayo de 2020). *Facebook*. Recuperado el 20 de mayo de 2020, de <https://www.facebook.com/alcaldiazona12/>

Alcaldía zona 12. (20 de julio de 2020). *Facebook*. Recuperado el 21 de julio de 2020, de <https://www.facebook.com/alcaldiazona12/>

Alcaldía zona 12. (s.f.). *Facebook*. Obtenido de <https://www.facebook.com/alcaldiazona12/>

Barco, F. L. (11 de julio de 2014). *muniguate*. Recuperado el 26 de agosto de 2020, de <http://muniguate.com/images/2014/user03/0907/CiudadGuatemala-HISTORIA.pdf>

Borges, V. (2020). *método marketing*. Recuperado el 29 de junio de 2020, de <https://metodomarketing.com/que-es-target/>

Calaméo. (s.f.). *Comunicación Digital*. (M. León, Editor) Recuperado el 16 de julio de 2020, de <https://es.calameo.com/read/00573767910edf7e1734d>

Comunicólogos. (2003). *Comunicación externa*. Recuperado el 17 de julio de 2020, de <https://www.comunicologos.com/practicas/comunicaci%C3%B3n-externa/>

Conceptos de marketing. (8 de febrero de 2008). *Puro marketing*. Recuperado el 23 de julio de 2020, de <https://www.puromarketing.com/27/4109/kotler-padre-marketing-moderno.html#:~:text=Philip%20Kotler%20es%20reconocido%20en,pr%C3%A1ctica%20estrat%C3%A9gica%20de%20la%20comercializaci%C3%B3n%22.>



Conexión Esan. (18 de enero de 2018). *apuntes empresariales de comunicación*.

Recuperado el 19 de julio de 2020, de <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2018/01/comunicacion-interna-y-externa-en-que-se-diferencian/>

Course Hero. (s.f.). *estrategia según george morrisey dante soto.docx - Morrisey*.

Recuperado el 27 de junio de 2020, de <https://www.coursehero.com/file/47915966/estrategia-segun-george-morrisey-dante-sotodocx/>

DeWalt, K. (2002). Observación Participativa.

Días , L. (enero de 2011). *UNAM*. Recuperado el 3 de octubre de 2020, de

http://www.psicologia.unam.mx/documentos/pdf/publicaciones/La_observacion_Lidia_Diaz_Sanjuan_Texto_Apoyo_Didactico_Metodo_Clinico_3_Sem.pdf

Drealm. (2013). *Facebook para que sirve*. Recuperado el 4 de octubre de 2020, de

<https://www.drealm.es/para-que-sirve-facebook/>

Efdep. (abril de 2013). *Modelos teóricos*. Recuperado el 4 de octubre de 2020, de

<https://www.efdeportes.com/efd179/modelos-teoricos-de-la-comunicacion.htm>

Entorno virtual desarrollo en evaluación. (octubre de 2011). *Técnicas cuantitativas* .

Recuperado el 17 de mayo de 2020, de <http://entornovirtualparaeldesarrollode.weebly.com/41tecnicas-cuantitativas.html>

Esdesign. (8 de febrero de 2018). *Comunicación digital*. Recuperado el 3 de octubre de

2020, de <https://www.esdesignbarcelona.com/int/expertos-diseno/el-concepto-de-comunicacion-digital-en-la-actualidad#:~:text=La%20constante%20evoluci%C3%B3n%20de%20las,herramientas%20de%20an%C3%A1lisis%20de%20visitas.>

Esterberg, K. G. (2002). *Métodos Cualitativos de Investigación Social (Qualitative*

Methods in Social. Boston: McGraw Hill.



- García, J. (2010). Métodos y técnicas. *Diagnóstico de comunicación*. Guatemala.
Recuperado el 21 de julio de 2020, de
<https://classroom.google.com/c/NjIxNzEyMTUyMjZa/m/NjI0NTUwMjQyNjda/details>
- Germanwatch. (2014). *Posición de Guatemala* . Recuperado el 8 de octubre de 2020, de
<https://www.marn.gob.gt/Multimedios/1367.pdf>
- Google. (s.f.). *Google forms*. Recuperado el 4 de octubre de 2020, de
<https://www.google.com/intl/es/forms/about/>
- Google maps. (s.f.). *Google maps*. Recuperado el mayo de 2020, de
<https://www.google.com/maps/place/Alcald%C3%ADa+Auxiliar+Zona+12/@14.5994439,-90.5422206,15z/data=!4m5!3m4!1s0x0:0x87dfbe0f40b29a47!8m2!3d14.5994439!4d-90.5422206>
- Google maps. (s.f.). *ubicación de alcaldía auxiliar zona 12*. Recuperado el 4 de julio de 2020, de https://www.google.com/maps/uv?hl=es-419&pb=!1s0x8589a16d823a603d%3A0x87dfbe0f40b29a47!3m1!7e115!4s%2Fmaps%2Fplace%2Fdireccion%2Balcaldia%2Bauxiliar%2Bzona%2B12%2F%4014.5995237%2C-90.542394%2C3a%2C75y%2C115.44h%2C90t%2Fdata%3D*213m4*211e1*213m2*211sNVQ9de
- Hernández, S. R. (2014). *Metodología de la investigación (Vol. 6)*. D.F México Mc Graw Hill.: M. I. Martínez.
- Informatica. (2019). *Mileniun*. Recuperado el 3 de octubre de 2020, de
<https://www.informaticamilenium.com.mx/es/temas/que-es-internet.html>
- Lewin, K. (2014). *La gestión del cambio en positivo* . Recuperado el 22 de junio de 2020, de <https://amandapalazon.com/la-teoria-del-cambio-segun-kurt->



- muniguatate. (s.f.). *Plan AVE*. Recuperado el 26 de agosto de 2020, de <http://www.muniguatate.com/cr/?externo=1&click=prevencion>
- muniguatate. (s.f.). *Programas Sociales*. Recuperado el 27 de agosto de 2020, de <http://www.muniguatate.com/dds/noticias/programas-sociales/>
- OMS. (2019). *Coronavirus (Covid-19)*. Recuperado el 3 de octubre de 2020, de https://www.who.int/es/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/advice-for-public/q-a-coronaviruses?gclid=EAIaIQobChMIzLeJwOqb7AIVDJSzCh0Hxw5bEAAYASA AEgK66vD_BwE
- Pérezbolde, G. (17 de mayo de 2012). *la publicidad*. Recuperado el 5 de julio de 2020, de <https://www.facebook.com/notes/el-club-de-la-publicidad-de-estatus/todo-lo-que-necesitas-saber-sobre-los-bots-en-redes-sociales/416232988397167/>
- Psicología y Mente. (s.f.). *Modelo de Lasswel: elementos de comunicación*. Recuperado el 3 de julio de 2020, de <https://psicologiaymente.com/psicologia/modelo-de-lasswell#:~:text=El%20modelo%20de%20Laswell%20es,y%20efectos%20en%20distintas%20audiencias.&text=No%20obstante%2C%20este%20modelo%20ha,de%20la%20comunicaci%C3%B3n%20de%20masas.>
- Psyma. (4 de 11 de 2015). *Cómo determinar el tamaño de muestra*. Recuperado el 27 de agosto de 2020, de <https://www.psyma.com/company/news/message/como-determinar-el-tamano-de-una-muestra>
- RAE. (2019). *Diccionario real academia española*. Recuperado el 3 de octubre de 2020, de <https://dle.rae.es/pandemia>
- Ramos, R. d. (2002). *Biblioteca del Organismo Judicial*. Recuperado el 6 de octubre de 2020, de <http://biblioteca.oj.gob.gt/library/index.php?title=27672&query=@title=Special:GSMSearchPage@process=@autor=VASQUEZ%20RAMOS,%20REYNERIO%20DE%20JESUS%20@mode=&recnum=3>



RD Station. (12 de marzo de 2017). *redes sociales*. Recuperado el 5 de julio de 2020, de <https://www.rdstation.com/mx/redes-sociales/>

Rivera, R. B. (s.f.). *Grupos focales*. Recuperado el 25 de julio de 2020, de <http://cea.uprrp.edu/wp-content/uploads/2015/09/GRUPOS-FOCALES.pdf>

Rodríguez. (2008). *Publicidad Institucional*. Recuperado el 7 de octubre de 2020

Rosales, M. (2020). Diagnóstico de comunicación. *Diagnóstico de comunicación*, (pág. 24). Guatemala. Recuperado el 21 de julio de 2020, de <https://classroom.google.com/c/NjIxNzEyMTUyMjZa/a/NjIxNzQyNTEExNDFA/details>

Sis international. (4 de noviembre de 2019). Recuperado el 15 de mayo de 2020, de <https://www.sisinternational.com/investigacion-cuantitativa/>

Tashakkori y Teddlie. (2003). *Enfoque mixto*. Recuperado el 2 de octubre de 2020, de <https://investigaliacr.com/investigacion/el-enfoque-mixto-de-investigacion/>

Tendencias & Innovación. (s.f.). *comunicaion interna*. Recuperado el 3 de octubre de 2020, de <https://obsbusiness.school/es/blog-investigacion/marketing-y-comunicacion/comunicacion-interna-y-externa-mas-unidas-que-nunca#:~:text=La%20diferencia%20entre%20comunicaci%C3%B3n%20interna,y%20las%20del%20mundo%20exterior.>

Tenorio Bahena, J. (1988). *Técnicas de Investigación Documental*. México: McGraw Hill. Recuperado el 3 de octubre de 2020

Ucha, F. (diciembre de 2008). *Definición ABC*. Obtenido de <https://www.definicionabc.com/social/crisis.php>

Waze. (2020). *Waze direction*. Recuperado el 14 de mayo de 2020, de <https://www.waze.com/es/livemap/directions/guatemala/zona-12,-guatemala/alcaldia-auxiliar-zona-12.-municipalidad-de-guatemala?place=w.176619666.1765934516.5734052>



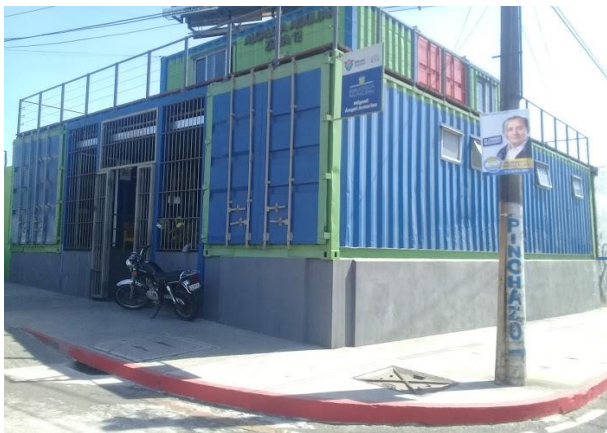
ix. ANEXOS

Anexo 1

Imagen 4. Fotos de la Alcaldía auxiliar zona 12



Plaza cívica de la Alcaldía auxiliar zona 12.



Esta es la Alcaldía auxiliar zona 12, es la parte frontal y lateral.

Aquí se imparten los programas a vecinos de la alcaldía auxiliar zona 12, con el apoyo de la Dirección de Desarrollo Social. (Waze, 2020)





Anexo 2

Imagen 5. Encuesta dirigida para vecinos de la Alcaldía auxiliar zona 12

está dividida en 4 bloques este es el primero

(Fuente: elaboración propia extraída de formularios Google)

Comunicación externa de la Alcaldía auxiliar zona 12

La finalidad es conocer su opinión con respecto a la comunicación difundida a los vecinos, por la Alcaldía auxiliar zona 12. En caso desee colaborar con nosotros, le invitamos a responder las siguientes preguntas.

El manejo de datos es estrictamente confidencial.

***Obligatorio**

Seleccione su género *

Mujer

Hombre

Seleccione su rango de edad *

De 18 a 25 años

De 26 a 35 años

De 36 a 45 años

De 46 a 55 años

De 56 años a más

¿Qué medio digital utiliza con más frecuencia? *

Facebook

Twitter

Instagram

Páginas WEB

Otro: _____

¿Qué método prefiere para comunicarse con la Alcaldía auxiliar zona 12? *

Facebook

Teléfono

Personalmente

Correo Electrónico

Otro: _____

¿Sigue usted la página de Facebook de la Alcaldía auxiliar zona 12? *

Sí

No

No sabía que tenía

[Siguiendo](#)



Anexo 3

Imagen 6. Segundo bloque de la encuesta llamada página

Comunicación externa de la Alcaldía auxiliar zona 12

*Obligatorio

Página

¿Considera que la Alcaldía Auxiliar zona 12 se muestra activa en la página de Facebook? *

Sí

No

¿Con que frecuencia comenta usted en la página de Facebook de la Alcaldía auxiliar zona 12? *

Frecuente

Regularmente

Nunca

¿Ha compartido las publicaciones realizadas en Facebook de la Alcaldía auxiliar zona 12? *

Sí

No

Algunas veces

¿Considera que la Alcaldía auxiliar de la zona 12 brinda información de interés a los vecinos en la página de Facebook? *

Sí

No

¿Ha visto publicaciones sobre medidas de prevención del Covid-19 en la página de Facebook de la Alcaldía auxiliar zona 12? *

Sí

No

¿Qué sugerencias daría para mejorar la comunicación con los vecinos por medio de la página de Facebook de la Alcaldía auxiliar zona 12?

Tu respuesta _____



Anexo 4

Imagen 7. Tercer bloque de la encuesta llamada comunicación

Comunicación externa de la Alcaldía auxiliar zona 12

*Obligatorio

Comunicación

¿Por qué medio se entera de actividades en la zona promovidas y o realizadas por la Alcaldía auxiliar zona 12?

Tu respuesta

¿De qué manera realiza sus solicitudes hacia la Alcaldía auxiliar zona 12? *

Teléfono

Personalmente

No realiza

Otro: _____

¿Por qué medio se enteró de las acciones realizadas de la Alcaldía auxiliar zona 12 para prevenir el Covid-19 y proteger la salud de los vecinos? *

Grupo de vecinos

No se enteró

Otro: _____

[Atrás](#) [Siguiente](#)



Anexo 5

Imagen 8. Cuarto bloque de la encuesta llamada opinión

Comunicación externa de la Alcaldía auxiliar zona 12

**Obligatorio*

Opinión

¿Conoce los programas y talleres que se imparten en la Alcaldía auxiliar zona 12 con el apoyo de la dirección de Desarrollo Social a los vecinos? *

Sí

No

¿En qué horario regularmente se conecta a redes sociales? *

Por la mañana

Por la tarde

Por la Noche

¿Qué tipo de contenido le gustaría ver en la página de Facebook de la Alcaldía auxiliar zona 12? Puede marcar varios. *

Campañas de prevención

Noticias de alerta en su sector

Campañas informativas

Reportajes

Recepción de solicitudes

Revistas digitales

Videos

Otro: _____

¿Por qué medio le gustaría recibir información de la alcaldía auxiliar zona 12, sobre actividades en su sector? Puede marcar varios. *

Facebook

Whatsapp

Correo electrónico

Otro: _____

Agradecemos su participación.
Escuela de ciencias de la comunicación, USAC.

[Atrás](#) [Enviar](#)



Anexo 6

Imagen 9. Historia de la Alcaldía auxiliar zona 12

(Fuente: respuesta al expediente No. 548-2020 enviado por correo electrónico.)

Logo de Muni Guate y datos de contacto de la Alcaldía Auxiliar Zona 12.

Alcaldía Auxiliar
14 avenida 17-00 zona 12
T. 1551 - Teléfono: 2485-0485-24727898

Guatemala, 18 de mayo 2020

Licenciado
Alexander Luna
Asesor Jurídico
Unidad de Información
Dirección de Desarrollo Social

Estimado Lic. Luna:

Reciba un cordial saludo de la Alcaldía Auxiliar zona 12, deseando éxitos en sus labores diarias.

En respuesta al Expediente No. 548-2020, de fecha 14 de mayo 2020, le informo que el Origen e Historia de la Alcaldía Auxiliar Zona 12.

Las alcaldías auxiliares se originan a través de lo que establece el Artículo 56 del Código Municipal, el cual dice: "El Concejo Municipal, de acuerdo a los usos, normas, y tradiciones de las comunidades, reconocerá a las alcaldías comunitarias o alcaldías auxiliares, como entidades representativas de las comunidades, en especial para la toma de decisiones y como vínculo de relación con el gobierno municipal. El nombramiento de alcaldes comunitarios o alcaldes auxiliares lo emitirá el alcalde municipal, con base a la designación o elección que hagan las comunidades de acuerdo a los principios, valores, procedimientos y tradiciones de las mismas."

Las competencias propias del municipio se establecen en el Artículo 68 del Código Municipal, el cual indica: "Las competencias propias deberán cumplirse por el municipio, por dos o más municipios bajo convenio, o por mancomunidad de municipios, y son las siguientes: a) Abastecimiento domiciliario de agua potable debidamente clorada; alcantarillado; alumbrado público; mercados; rastros; administración de cementerios y la autorización y control de los cementerios privados; limpieza y ornato; formular y coordinar políticas, planes y programas relativos a la recolección, tratamiento y disposición final de desechos y residuos sólidos hasta su disposición final; b) Pavimentación de las vías públicas urbanas y mantenimiento de las mismas; c) Regulación del transporte de pasajeros y carga, y sus terminales locales; d) La autorización de megáfonos o

CUENTA CONMIGO #JuntosLogramosMás munigate.com | f +



Anexo 7

Continuación de imagen 9. Historia de la Alcaldía auxiliar zona 12



**Muni
Guate**

Alcaldía Auxiliar
14 avenida 17-00 zona 12
T. 1551 - Teléfono: 2485-0485-24727898

equipos de sonido a exposición al público en la circunscripción del municipio; e) Administrar la biblioteca pública del municipio; f) Promoción y gestión de parques, jardines y lugares de recreación; g) Gestión y administración de farmacias municipales populares; h) La prestación del servicio de policía municipal; i) Cuando su condición financiera y técnica se los permita, generar la energía eléctrica necesaria para cubrir el consumo municipal y privado; j) Delimitar el área o áreas que dentro del perímetro de sus poblaciones puedan ser autorizadas para el funcionamiento de los siguientes establecimientos: expendio de alimentos y bebidas, hospedaje, higiene o arreglo personal, recreación, cultura y otros que por su naturaleza estén abiertos al público; k) Desarrollo de viveros forestales municipales permanentes, con el objeto de reforestar las cuencas de los ríos, lagos, reservas ecológicas y demás áreas de su circunscripción territorial para proteger la vida, salud, biodiversidad, recursos naturales, fuentes de agua y luchar contra el calentamiento global; y, l) Las que por mandato de ley, le sea trasladada la titularidad de la competencia en el proceso de descentralización del Organismo Ejecutivo’.

En respuesta a si cambiaran los objetivos institucionales respecto a la crisis actual. Y que Integraciones y Alianzas tiene la Alcaldía para sobrellevar el impacto del covid 19.

Se ha coordinado acciones con el Gobierno Central, a través del Ministerio de Salud y el Ministerio de Gobernación para la sanitización de los espacios públicos como medidas preventivas para prevenir la propagación de la Pandemia Covid-19.

Sin otro particular me suscribo de usted.

Atentamente,

Ing. Paulo Ovando
Alcalde Auxiliar, zona 12

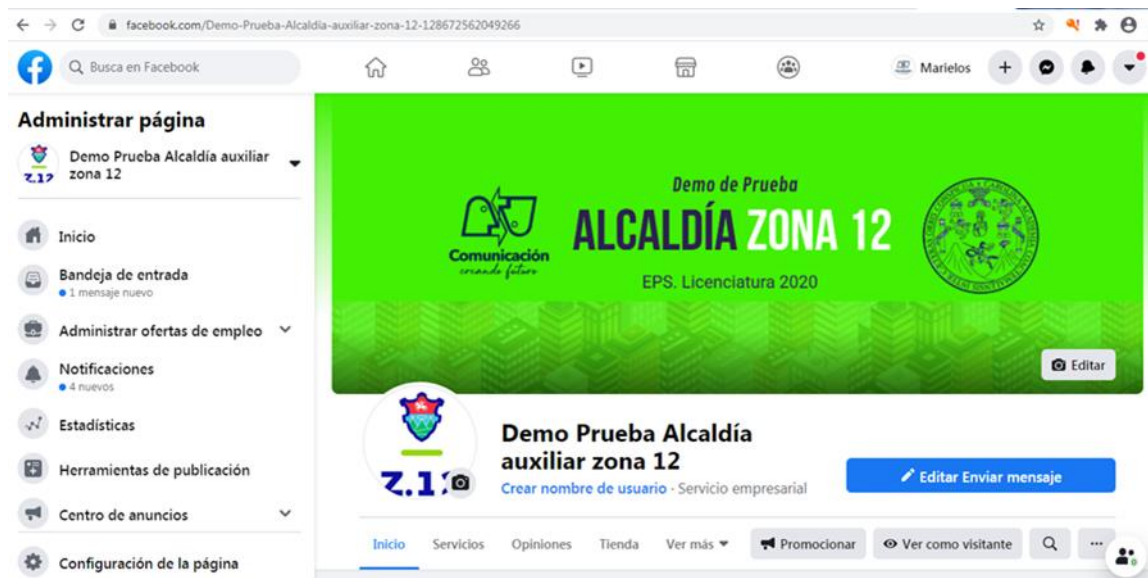




Anexo 8.

Productos ejecutados para la estrategia de comunicación

Imagen 10. Demo página de *Facebook*



(Fuente: elaboración propia)

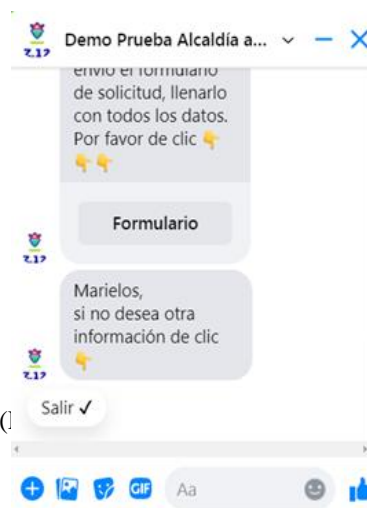
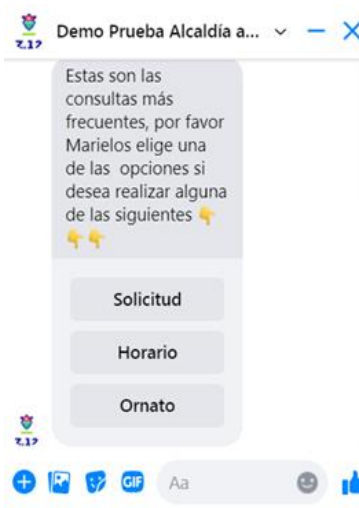
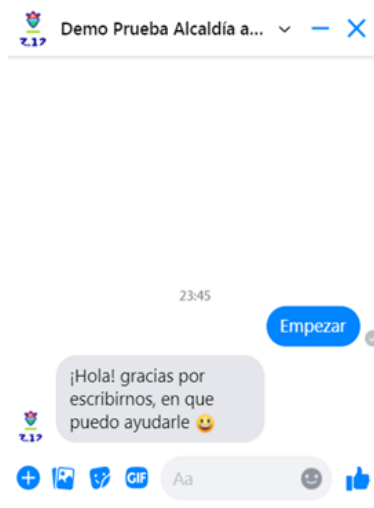
Imagen 11. *Bot en Facebook Messenger*



(Fuente: elaboración propia)



Imagen 12. Continuación de imagen 11 *Bot en Facebook Messenger*



(Fuente: propia)



Imagen 13. Formulario para solicitud de gestión

Z.12

Solicitud

Para tramitar la gestión Ingrese los datos requeridos. Los datos que brinde son confidenciales.

***Obligatorio**

Nombre completo *

Tu respuesta

Número de Teléfono

Tu respuesta

Dirección de correo electrónico *

Tu respuesta

Escriba su gestión *

Tu respuesta

Agradecemos su espera para darle solución a su solicitud.

Z.12

Enviar

Nunca envíes contraseñas a través de Formularios de Google.

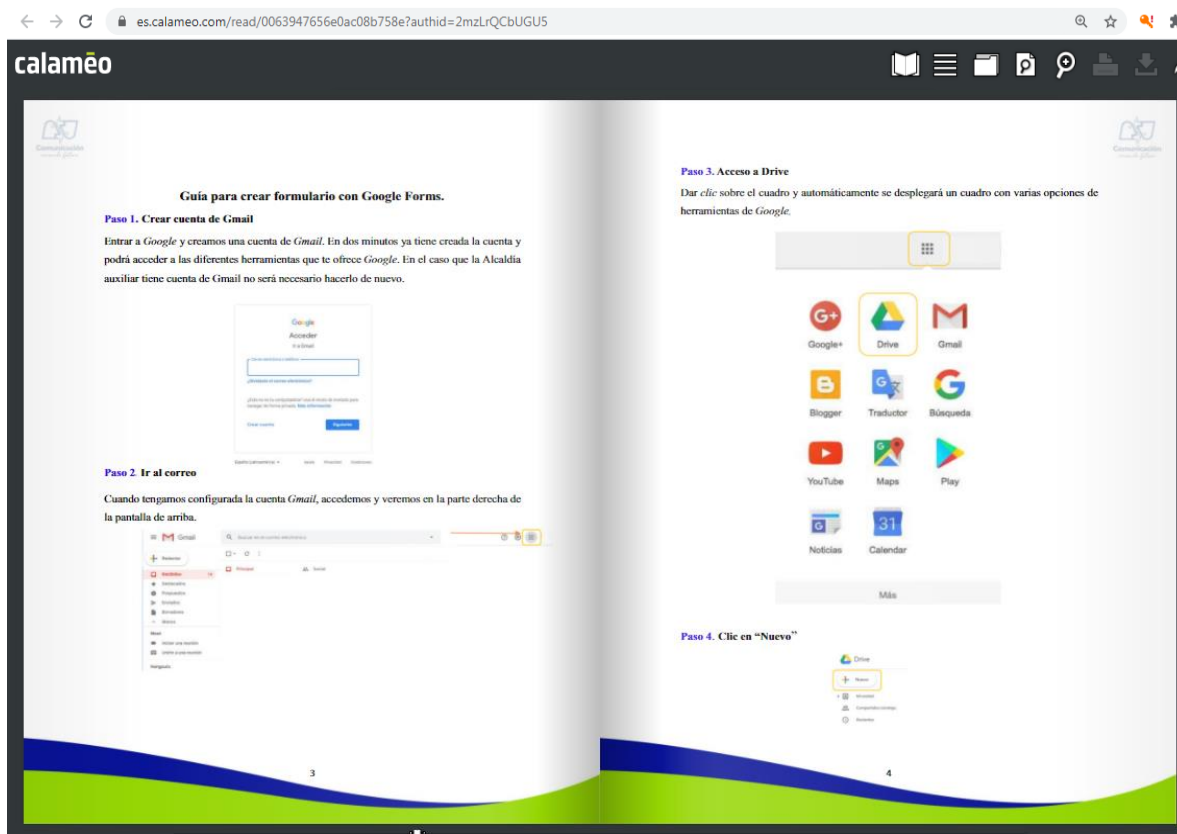
[Google no creó ni aprobó este contenido.](#) [Denunciar abuso](#) - [Condiciones del Servicio](#) - [Política de Privacidad](#)

Google Formularios

(Fuente: elaboración propia)



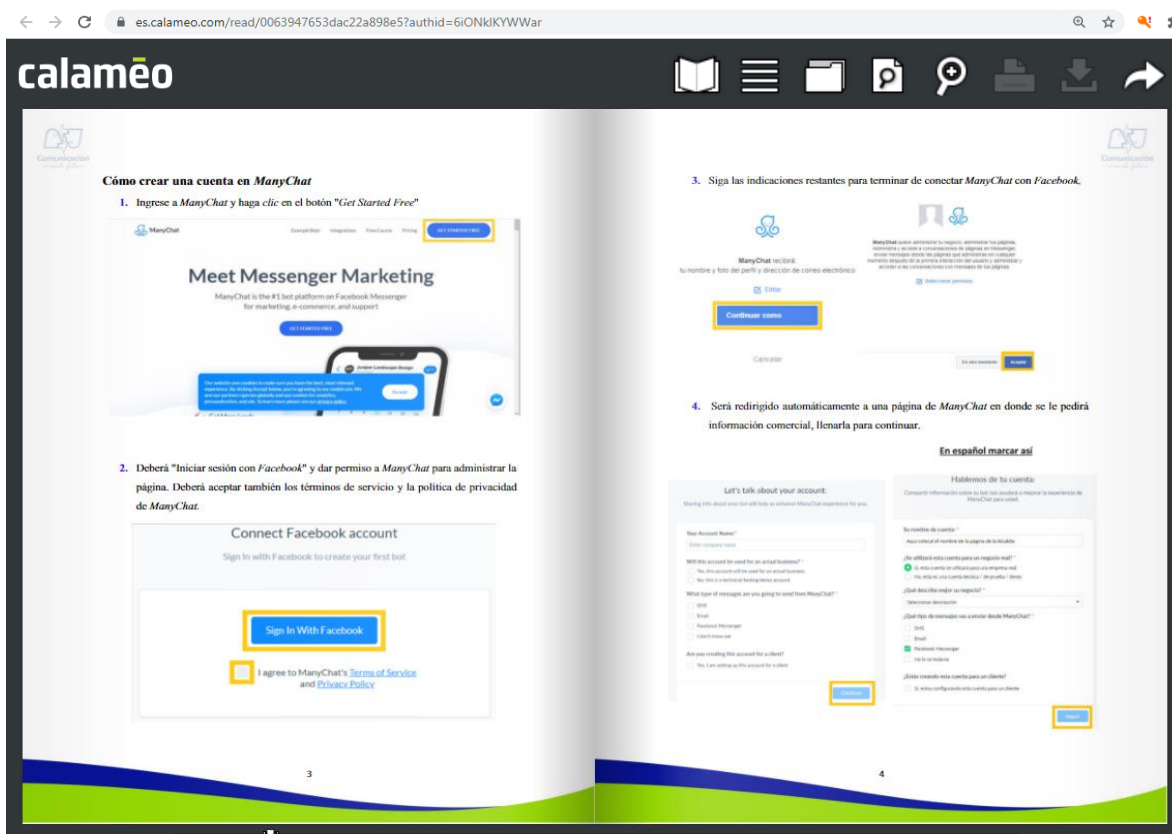
Imagen 14. Guía para crear formularios con *Google Forms*



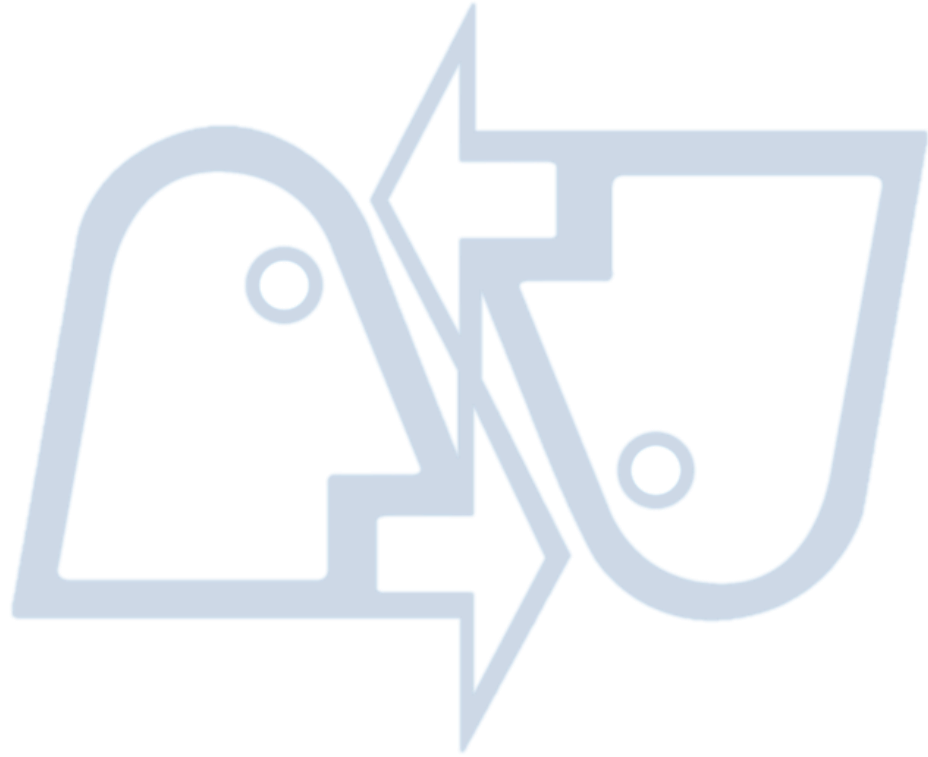
(Fuente: elaboración propia)



Imagen 15. Guía para crear un Bot con ManyChat



(Fuente: elaboración propia)



Comunicación
creando futuro