

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

The seal of the University of San Carlos of Guatemala is a circular emblem. It features a central shield with a figure on horseback, a crown above, and various heraldic symbols like castles and lions. The Latin motto "CETERAS ORBIS CONSPICUA CAROLINA ACADEMIA COACTEMALENSIS INTER" is inscribed around the perimeter of the seal.

Diagnóstico y estrategia de comunicación para el proyecto “centro de acopio” de la Alcaldía Auxiliar zona 21

María Fernanda Monzón Fernández

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

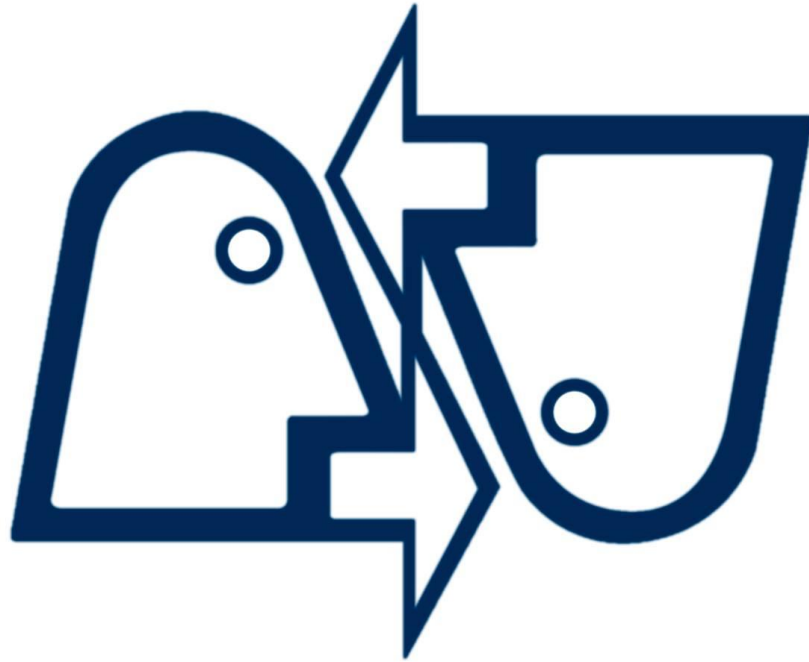
**Diagnóstico y estrategia de comunicación para el proyecto “centro de
acopio” de la Alcaldía Auxiliar zona 21**

María Fernanda Monzón Fernández

Asesor:

Lcdo. Luis Fernando Lucero

Guatemala, octubre 2020



Comunicación
creando futuro

Universidad de San Carlos de Guatemala

Escuela de Ciencias de la Comunicación

Director

Lcdo. César Augusto Paiz Fernández

Consejo Directivo

Representantes Docentes

M.A. Gustavo Alfonso Yela Fernández

M.A. Silvia Regina Miranda López

Representantes Estudiantiles

Gabriela Eugenia Menegazzo Cu

Heber Libni Emanuel Escobar Juárez

Representante de Egresados

M.Sc. Ana Cecilia del Rosario Andrade de Fuentes

Secretario

M.A. Héctor Arnoldo Salvatierra

Comisión de EPS de Licenciatura

Coordinador

Dr. José María Torres Carrera

Supervisora

M.A. Evelin Morazán Gaitán

Supervisor

Lcdo. Luis Fernando Lucero

Supervisor

M.A. Marvin Sarmientos Yuman

Supervisora

M.A. Evelin Hernández

Supervisora

Lcda. Krista María Ramírez

Supervisora

Lcda. Brenda Yanira Chacón Arévalo

Supervisores

Lcdo. Mynor René Martínez y
M.A. Edgar Martínez García



Guatemala, octubre 19 de 2020

Estudiante de EPS de Licenciatura
María Fernanda Monzón Fernández
Carné no. 201022604
Presente.

Para su conocimiento y efectos se hace constar que:

Luego de evaluado su trabajo académico impreso y de manera virtual titulado: **“Diagnóstico y Estrategia de Comunicación Externa para el proyecto “Centro de Acopio” de la Alcaldía Auxiliar Zona21”** 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 lo tanto, se autoriza el trabajo final en el Acta de cierre respectiva e impresión de su trabajo final de EPSL en un número de (5) ejemplares impresos que deberá entregar a las instancias respectivas indicadas; así como (3) CD's con el documento incluido con el formato PDF los cuales deberá entregar a la Biblioteca Flavio Herrera, Biblioteca Central y a la Coordinación de EPSL de la E.C.C.

Sin más que hacer constar:

“ID Y ENSEÑAD A TODOS”

Lcdó. Fernando Lucero
Supervisor

M.A. Evelin Morazan
Supervisora

Dr. José María Torres Carrera
Coordinador





Guatemala 19 de mayo del 2020
EPSL-C30-2020

Licenciado:

Jorge Mario García Rodríguez
Alcalde Auxiliar de Zona 21
Ciudad Guatemala.

Distinguido Licenciado García:

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 Fernanda Monzón Fernández**, carné no. **201022604**, quien manifestó su deseo de hacer Práctica Supervisada de forma *virtual, no presencial*, en su institución. Por disposiciones superiores en la Universidad de San Carlos de Guatemala, para el efecto se requiere lo siguiente:

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

Atentamente,



"DÉ Y ENSEÑA A TODOS"

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



cc. Archivo
MA. Evelin Morazán

Escuela de Ciencias de la Comunicación
Edificio M2, Ciudad Universitaria USAC
Zona 12, Ciudad de Guatemala, C.A.
www.comunicacion.usac.edu.gt

(502) 2412.9000





Alcaldía Auxiliar Zona 21
16 avenida 11-54, colonia Belisario Domínguez, zona 21
T. 1551 - Teléfono: 2448-8803

Guatemala, 19 de julio de 2020

Dr. José María Torres Carrera
Coordinador EPS Licenciatura
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Universidad de San Carlos de Guatemala

Estimado Dr. Torres:

Por este medio me dirijo a usted, para hacer de su conocimiento que hemos autorizado al estudiante: **María Fernanda Monzón Fernández**, carné **201022604** de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala la realización del Ejercicio Profesional Supervisado de forma virtual correspondiente a la carrera de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, en nuestra Alcaldía Auxiliar de Zona 21.

Atentamente,



Licenciado Jorge Mario García Rodríguez
Alcalde Auxiliar de Zona 21



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

Dedicatoria a:

- Dios:** Por caminar a mi lado durante cada momento, ha estado presente en cada actividad realizada. Si hoy estoy aquí es porque él ha guiado mis pasos y aunque he sentido desfallecer en él encuentro la fortaleza para poder seguir luchando y poder cumplir cada sueño y meta que anhela mi corazón.
- Mi Madre:** Mi todo, María Dolores quién siempre cree en mí, me obliga a seguir luchando, me inyecta positivismo. Me ama incondicionalmente, a pesar de ser una hija llena de imperfecciones, siempre confía en mí sin importar lo que diga la gente y no solo es mi Madre también es mi mejor amiga y este pequeño triunfo es de ella, por ella, y para ella.
- Mis Papás** Elías Monzón por elegir a la mejor Mamá para mí. Gracias por el amor sincero y momentos compartidos, los cuales viven siempre en mí. “Los que nos aman jamás nos dejan, siempre estarán en nuestro corazón”. Gracias Guillermo Anzuetto por elegir a nuestra familia y hacerla parte de ti, por esa paciencia eterna y dedicación que día a día brindas a la familia que hemos construido.
- Mis hermanos** Dulce y Héctor, por su apoyo, amor y sobre todo comprensión. No es fácil aguantar a una hermana mayor y ustedes sí que lo saben hacer de la mejor manera. Infinitas gracias por estar para mí 24/7 y salir en mi auxilio cuando más lo necesito, no me imagino la vida sin ustedes.

- Mi sobrina María Camila, por hacer una mejor persona de mí, y querer seguir mejorando por ti. Porque te veo y siento como una hija, sentimiento que nunca va a cambiar.
- Mis Tíos Paty, Luis y Guiller, por retarme a ser mejor persona y mejor profesional, por compartir la felicidad de cada logro cumplido, por querer lo mejor para mí y mis hermanos.
- Mis ángeles Mis abuelitos Oscar, Mervi, María y Hermelinda por consentirme y hacerme sentir la nieta más amada y bendecida, por ser Padre y Madre cuando más lo necesite. A mis Tíos, Estuardo y Tico, por incontables sonrisas, momentos inolvidables que al recordar desbordo felicidad. A mi Papá biológico Elías Monzón a quién sigo extrañando a pesar del tiempo y distancia. Sin dunda cada uno dejó una marca imborrable en mi vida y corazón. Una marca de amor eterno.
- Mis amigos Por su amistad, amor, comprensión, complicitad, paciencia, regaños, consejos, motivación, aventuras vividas y las que están por venir. Gracias a Dios y a la vida que los puso en mi camino ya que son la familia que elegí, no quiero que nunca estén lejos de mí. Son las mejores personas que he conocido y reconfortan mi corazón, con ustedes he experimentado una felicidad total y plena. Sigamos creciendo y envejeciendo juntos.

Índice

i	Introducción.....	I
ii	Antecedentes	II
iii	Justificación.....	III
	CAPITULO I	1
	Diagnóstico de Comunicación	1
	1. La Institución	1
	1.2 Perfil Institucional.....	1
	1.3 Ubicación geográfica	1
	1.4 Integración y Alianzas estratégicas.....	2
	1.5 Misión	2
	1.6 Visión.....	2
	1.7 Objetivos Institucionales.....	3
	1.8 Público Objetivo	3
	1.9 Diagnóstico	3
	1.9.1 Tipos de investigación.....	4
	1.9.2 Enfoque	5
	1.10 Técnicas de Recolección de datos	6
	1.10.1 Observación.....	7
	1.10.2 Tipos de observación.....	8
	1.10.3 Documentación.....	11
	1.10.4 Encuestas	11
	1.10.5 Interpretación de Resultados (Gráficas).....	11
	15
	1.11 FODA.....	16

1.12 Problemas detectados.....	17
1.13 Planteamiento del Problema Comunicacional	17
1.14 Indicadores de Éxito	18
1.15 Proyecto a Desarrollar	19
CAPITULO 2	20
2. Plan estratégico de Comunicación	20
2.1 Descripción técnica del Plan Estratégico de Comunicación.....	20
2.2. Objetivos de la Estrategia	20
2.2.1 Objetivo general	20
2.2.2 Objetivos específicos.....	21
2.3 Misión	21
2.4 Visión.....	21
2.5 Elementos comunicacionales que según su Diagnóstico aplicará	21
2.6 Alcances y límites de la Estrategia	22
2.7 Metodología para la aplicación de Estrategia Comunicacional.....	22
2.8 Actividades para la operatividad de la Estrategia.....	23
2.8.1 Propuesta I.....	23
2.8.2 Propuesta II	24
.....	26
2.9 Cronograma del plan.....	26
2.10 Financiamiento.....	27
2.11 Presupuesto	27
2.12 Beneficiarios	28
2.13 Recursos Humanos	28
2.14 Áreas geográficas de acción.....	28

2.15 Cuadro comparativo de Estrategias	29
CAPITULO 3	30
3. Informe de la ejecución.....	30
3.1 Nombre de la ejecución #1: Post para Redes Sociales	30
.....	30
3.2 Nombre de la ejecución #2: Boletín informativo.....	31
3.3 Nombre de la ejecución #3: Video.....	32
3.4 Actividades y calendarización	33
iv. Conclusiones	34
v. Recomendaciones	35
vi. Referencias	36
Anexos	37
.....	41
Artes y materiales ejecutados.....	42



i Introducción

Con la realización del Diagnóstico de La Alcaldía Auxiliar Zona 21 ubicada en 16 Avenida 11-54, Colonia Bello Horizonte, Zona 21 Guatemala se conoció la institución y fue posible indagar en la estructura, información, antecedentes y sobre todo la comunicación interna para poder entender cuáles eran los problemas comunicacionales; y proporcionar así soluciones ejecutables.

Sin embargo, a la hora de analizar la comunicación en una entidad, fue necesario demostrar la función de la comunicación como un instrumento estratégico para poder lograr los objetivos propuestos por la organización.

Asimismo, el informe indica cómo se trabajó el Plan Estratégico de Comunicación esto con los resultados del Diagnóstico. Ya que por medio de los objetivos generales y específicos fue posible llegar a ejecutar tres estrategias.

En las cuales se buscó informar y generar conciencia en la población para contar con el apoyo necesario en el proyecto “Centro de acopio”; al mismo tiempo recordarle y mantener al tanto a la comunidad sobre la Pandemia Covid-19.



ii Antecedentes

Este informe se llevó a cabo gracias al Ejercicio Profesional Supervisado de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala, por ende se generó una búsqueda en la Alcaldía Auxiliar Zona 21 para verificar si hay antecedentes de otros compañeros universitarios.

Actualmente no se tiene conocimiento sobre algún proyecto que haya sido realizado con anterioridad por estudiantes de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la USAC, en la Alcaldía Auxiliar Zona 21, pues derivado de la Pandemia Covid-19 que ha afectado al mundo en general y a Guatemala en lo particular no fue posible visitar la institución e indagar de una mejor manera tal situación.



iii Justificación

“Los medios de comunicación de masas han sufrido en los últimos tiempos una transformación debido, entre otras razones, a la irrupción de las nuevas tecnologías. Este nuevo paradigma impone la necesidad de una nueva reinvención de los soportes para adaptar los contenidos que ofrecen, a las nuevas formas y hábitos de consumo de las audiencias” (Scolari, p. 79-85 2013)

Todo cambia en un abrir y cerrar de ojos y las organizaciones deben ir de la mano con esta transformación, ya que actualmente en el mundo se vive una Pandemia la cual fue inesperada. Se han dado cambios inimaginables en todos los aspectos en especial para los medios de Comunicación de una organización.

La Alcaldía Auxiliar Zona 21 utiliza *Facebook* como medio de comunicación en el cual generan contenido informativo. Los habitantes de Zona 21 son una comunidad de vecinos unida y preocupada por su vecindario por lo cual necesitan estar al tanto sobre cualquier actividad o bien, información sobre el Covid19, pues es lo más relevante que aqueja al vecindario.

Conforme al Diagnóstico realizado se pudo detectar que la comunidad de Zona 21 es muy solidaria, participativa y, sobre todo, busca estar involucrada. Por ello, la Alcaldía Auxiliar toma la iniciativa de ser centro de acopio y ayudar a las familias de escasos recursos que han sido afectadas por la Pandemia.

Para ello se requiere toda la ayuda posible, buscando donaciones de víveres no solo en el vecindario de Zona 21; sino en otras zonas vecinas que quieran unir fuerzas junto con la Alcaldía y demostrar que unidos pueden lograr grandes cosas.

La Pandemia Covid-19 no solo cambió la salud, afectó considerablemente la economía de Guatemala. Muchas familias de Zona 21 solamente tenían un ingreso el cual proviene del comercio informal, los primeros meses de confinamiento fueron severos por el toque de queda, la prohibición de ventas en las calles, la falta de transporte público, etcétera.



Las medidas que se tomaron fueron por el bien común de la población y así evitar los contagios; de esto se está consciente. Lamentablemente han sido afectados los ingresos económicos; la

Alcaldía Auxiliar sabe que este proyecto es a largo plazo; ya que mucha gente que trabaja en el sector privado ha sido despedida o suspendida sin goce de salario.

Por lo tanto se buscó establecer una conexión con el grupo objetivo y la Alcaldía Auxiliar Zona 21, por medio de material comunicacional elaborado para ese propósito el cual despertó conciencia en la población que tenía mejores posibilidades económicas y con disposición a colaborar. Ha sido un camino largo el recorrido y por la situación del país aún falta camino por recorrer.

Definitivamente la Alcaldía Auxiliar Zona 21 quiso y seguirá queriendo dejar huella en su comunidad; ya que se ha reinventado para seguir apoyando a su gente y sin duda lo seguirá haciendo pues su principal meta es el beneficio de la comunidad de Zona 21.





CAPITULO I

Diagnóstico de Comunicación

1. La Institución

Alcaldía Auxiliar Zona 21

1.2 Perfil Institucional

Denominación: Organización Gubernamental

Alcalde Auxiliar: Jorge Mario García

Teléfono: 24488853

Correo electrónico: aalcaldiazona21@gmail.com

Web: <http://www.muniguate.com/>

Actividad: Servicio público y gubernamental

Redes sociales: *Facebook*

1.3 Ubicación geográfica

16 Avenida 11-54, Colonia Bello Horizonte, Zona 21.



1.4 Integración y Alianzas estratégicas

La Alcaldía Auxiliar Zona 21 es una extensión de la Municipalidad de Guatemala, la cual presta servicio específicamente a los vecinos de zona 21.

Trabaja en conjunto con la Municipalidad de Guatemala ya que por ser una mini versión la Municipalidad trata de dar apoyo al 100% sobre cualquier proyecto a ejecutar. Trabajan de la mano para lograr una vida de calidad.

Cualquier petición de la Alcaldía Auxiliar Zona 21 siempre toma un tiempo de gestión y evaluación, por ello no se realiza una acción inmediata de parte de la Municipalidad, esto se ha trabajado así y en cualquier institución o empresa privada se lleva un protocolo de gestión o autorización.

Así mismo es bienvenida la ayuda y apoyo de otras entidades privadas o públicas como centros de salud, veterinarias, profesionales para poder realizar jornadas médicas, actividades culturales, recreativas, deportivas, etc.

1.5 Misión

La misión de la Municipalidad de Guatemala es dar a los vecinos los servicios que necesitan. El centro de la administración municipal es LA PERSONA y su objetivo principal es lograr que las personas tengan una VIDA DE CALIDAD.

1.6 Visión

La visión de la Municipalidad de Guatemala es crear una "Ciudad para Vivir".



1.7 Objetivos Institucionales

Velar por la integridad humana

Fortalecer el patrimonio económico, cultural y natural

Promover la participación efectiva, voluntaria y organizada de los habitantes en Zona 21

1.8 Público Objetivo

Hombres, niños, mujeres ubicados geográficamente en zona 21. La zona 21 abarca sus colonias principales tales como:

Letrán, Guajitos, Justo Rufino Barrios, Venezuela, Nimajuyú I, II, San Fermín, Hogar y Desarrollo, Eureka, Morse, Loma Blanca, Vásquez, Cov-Hode, Bello Horizonte I y II, Cerro Gordo, Los Periodistas, San José Loma Blanca, El Renacer, San Nicolás de Bari, Prados de Nimajuyú II, La Esperanza y Los Encinos.

1.9 Diagnóstico

Cuando hacemos estrategias de comunicación, el diagnóstico permite tener el conocimiento amplio de la situación en la que se quiere incidir, examina antecedentes, hechos, da a conocer la dimensión del problema y detecta problemas desconocidos.

Es como una radiografía, la cual un médico utiliza para ver de manera interna al paciente y así poder determinar que procedimiento o medicamento poder usar para el malestar del paciente.

Objetivos generales del Diagnóstico:

Determinar los problemas de comunicación externos de la Alcaldía Auxiliar Zona 21



Objetivos específicos:

Verificar el estado actual de los medios de comunicación que utiliza la Alcaldía

Conocer a profundidad la institución para determinar las acciones a seguir

Identificar las principales necesidades de la Institución

1.9.1 Tipos de investigación

La investigación descriptiva es un método científico que implica observar y describir el comportamiento de un sujeto sin influir sobre él de ninguna manera.

Los estudios descriptivos permiten detallar situaciones y eventos, es decir cómo es y cómo se manifiesta determinado fenómeno y busca especificar propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis. Sampieri (1998, Pag. 60)

- Investigación teórica: es realizada con el objetivo de recolectar información, lo importante es precisamente expandir el conocimiento. No importa el área profesional, la investigación teórica es la base que guía las innovaciones posteriores.
- Investigación aplicada: busca la generación de conocimiento con aplicación directa a los problemas de la sociedad o el sector productivo. Se basa fundamentalmente en los hallazgos tecnológicos.
- Investigación exploratoria: es una técnica muy flexible comparada con otros tipos de estudio, el investigador está dispuesto a correr riesgos, ser pacientes y receptivo.
- Investigación descriptiva: método científico que implica observar y describir el comportamiento de un sujeto sin influir sobre él de ninguna manera



- Investigación explicativa: busca establecer las diferentes causas que provocan un fenómeno, proceso o comportamiento.
- Investigación cualitativa: método de estudio que se propone evaluar, ponderar e interpretar información obtenida a través de recursos como entrevistas, conversaciones, registros, memorias, con el propósito de indagar en su significado profundo.
- Investigación cuantitativa: implica el uso de herramientas informáticas, estadísticas y matemáticas para obtener resultados, explorativa, normalmente se busca medir la magnitud y se va por resultados estadísticos que se interpretan objetivamente.
- Investigación experimental: realizada con enfoque científico, donde un conjunto de variables se mantiene constantes, mientras que el otro conjunto de variables se mide como sujeto del experimento.

1.9.2 Enfoque

Es un proceso sistemático, disciplinado y controlado que está directamente relacionado a los métodos de investigación.

- Enfoque Cualitativo: este no efectúa una medición numérica, por lo cual el análisis no es estadístico.
- Enfoque Cuantitativo: busca probar hipótesis establecidas previamente y confía en la medición numérica.

Concluyendo, el enfoque mixto es un proceso que recolecta, analiza y vincula datos cuantitativos y cualitativos en un mismo estudio o una serie de investigaciones para responder a un planteamiento.



Es importante mencionar que, en una investigación con enfoque mixto, tanto el enfoque cuantitativo como el cualitativo son importantes y valiosos, ninguno prevalece respecto al otro; al contrario, se trabajan de forma conjunta, lo cual permite comprender la realidad que se estudia de una manera más integral.

Podemos resumir entonces que el enfoque mixto es un proceso que recolecta, analiza y vincula datos cuantitativos y cualitativos en un mismo estudio, para responder a un planteamiento del problema o para responder a preguntas de investigación.

1.10 Técnicas de Recolección de datos

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 y el diccionario de datos, entre otros.

Algunas de las principales técnicas de recolección de datos son:

- Encuesta: se da contacto con las unidades de observación por medio de cuestionarios establecidos, estos pueden ser a través de teléfono, correo, online o personal.
- Entrevista: diálogo entre personas, el entrevistador y el entrevistado. Está presenta varias modalidades, como entrevista estructurada, focalizada, simultánea, sucesiva y asistemática o libre.
- Análisis documental: por medio de esta se obtienen datos de fuente primaria, el documento que se acostumbra a usar es la ficha de registro de datos.
- Observación de campo no experimental: técnica que se utiliza para profundizar en el conocimiento del comportamiento de exploración, generalmente se emplea una guía de observación o de campo.



- Observación experimental: elabora datos en condiciones relativamente controladas por el investigador, particularmente porque éste puede manipular la o las variables. Instrumento la hoja o ficha de de registro de datos.

El tipo de investigación utilizado fue descriptiva con enfoque mixto ya que se utilizaron técnicas de ambos métodos, cualitativas y cuantitativas.

Se emplearon técnicas como encuesta, observación, análisis de contenido, grupos de discusión. Al utilizar estas técnicas se procede a interpretar y enfocar los aspectos culturales e ideológicos el cual ayuda a comprender el contexto natural y cotidiano del grupo objetivo.

Encuesta enviada por medio de *google* formularios, la cual se publicó en dos grupos de *Facebook*:

COCODE Nuestra Colonia Justo Rufino Barrios Zona 21

Nuestra Zona 21

Así mismo, fue compartida por medio de *Whatsapp* a población que se tiene conocimiento, son vecinos de Zona 21

1.10.1 Observación

Especifica los límites generales dentro de los que se sitúan acontecimientos observados. Permite recoger información a través del tiempo y en muchos momentos diferentes. Se suele utilizar principalmente para observar el comportamiento de los consumidores y, por lo general, al usar esta técnica, el observador se mantiene encubierto, es decir, los sujetos del estudio no son conscientes de su presencia.



1.10.2 Tipos de observación

- Observación simple o no estructurada: es la observación con mayor grado de flexibilidad y apertura a todo lo que acontece. Se realiza sin previa estructuración y se pueden observar conductas, grupos, lugares, momentos, etcétera.
- Observación sistemática o estructurada: se realiza cuando se pretende probar una hipótesis o cuando se debe hacer una descripción sistemática de un fenómeno.
- Observación participativa o interna: se compone por tres fases, participación, observación e interrogación.
- No participativa o externa: el investigador se mantiene al margen del fenómeno estudiado, como un espectador pasivo quién se limita a registrar la información, sin interacción ni implicación alguna
- Observación individual: es la que hace una sola persona, por una investigación individual, o porque dentro de un grupo se le ha encargado dicha tarea.
- Observación grupal: práctica educativa en la cual los estudiantes se organizan en grupos de trabajo para recopilar y analizar información, establecer y examinar hipótesis y ayudarse mutuamente.

La Alcaldía Auxiliar Zona 21 maneja una página en la red social *facebook* la cual cuenta con 14,000 seguidores, está se encuentra enlazada a la página de la Municipalidad de Guatemala y comparte las noticias más importantes o populares. No comparte todas las publicaciones, únicamente las que benefician a la población en general.

Ejemplo, lanzaron una campaña de comunicación externa sobre “Escuela Virtual” como se puede seguir aprendiendo desde el hogar, esto es lo que comparte, pero no genera contenido propio, no tiene interacción con los seguidores. Lo que se observa en la *fanpage*, son videos y fotos sobre los trabajos que realiza el Alcalde Auxiliar Jorge Mario García.



El Alcalde Auxiliar tiene su propia página en la red social *facebook* en la cual comparte la labor que hace día con día sobre los proyectos, trabajos, y ejecución sobre su plan de acción en Zona 21, este contenido se comparte a su vez en la *fanpage* de la Alcaldía Auxiliar.

En la información aparece un número telefónico 2448-8853 el cual es utilizado como línea directa hacia la Alcaldía Auxiliar donde en época de Covid19 es imposible la atención del mismo, ya que el personal no se encuentra laborando con normalidad.

Existe a su vez un correo electrónico aalcaldiazona21@gmail.com y de igual manera la comunicación por esa vía ha sido difícil porque el personal que labora es el mínimo, esto como prevención al contagio de Coronavirus.

Según vecinos de Zona 21 los servicios de la Alcaldía Auxiliar son nulos, únicamente se encuentra un policía de EMETRA en la entrada indicando que el personal para que atienda su solicitud no está presente, no hay comunicado con mayor información sobre horarios especiales de atención, o bien sobre algún medio alternativo de comunicación.

En efecto, en la *fanpage* se encuentra un número de contacto y el correo electrónico, pero no ha sido una vía eficiente para que los vecinos puedan ser atendidos.

Como cualquier entidad que pertenece al Gobierno de Guatemala está mal vista en la sociedad en este caso ante los vecinos de Zona 21, puede que personal o autoridades anteriores hayan dejado un mal sabor de boca a la comunidad y está mala imagen es un poco difícil de borrar.

Lo positivo sobre la Alcaldía Auxiliar Zona 21 es el trabajo en equipo y el agradable ambiente laboral que manejan, esto puede aportar en mucho hacia el crecimiento de la Alcaldía y como la comunicación interna fluye de manera natural es más fácil enfocarse a una comunicación externa.



El proceso para la elaboración de este trabajo es de tipo descriptivo. Comienza con la realización de un diagnóstico de gestión integral de comunicaciones en Alcaldía Auxiliar Zona 21, el cual permitió conocer de manera superficial el estado actual de la organización.

Luego de recopilar una pequeña muestra de información se identificaron las principales necesidades de comunicación externa. Lamentablemente no se ha logrado información a grandes rasgos debido a la pandemia actual (Covid19) ya que la mayor parte de trabajadores del área administrativa se encuentra aislada según disposiciones del Gobierno.

Las pocas personas que siguen laborando en la Alcaldía, únicamente se han dedicado a elaborar trabajo de campo. Teniendo en cuenta las necesidades actuales al Covid19 se realizó recopilación de información por medio de las redes sociales utilizadas por la Alcaldía (únicamente *facebook*).

Este trabajo consistió en la elaboración de una encuesta, que tuviera preguntas acerca de: medios de comunicación de la organización, aceptación del contenido generado, etc.

Esta información se complementó con una entrevista acerca de las Relaciones Públicas que se llevan a cabo con los vecinos de Zona 21, porque es el grupo objetivo de la organización. El contacto actual con la Alcaldía es por medio de correo electrónico, la respuesta paulatina.

Observación participativa o interna: En la observación externa o no participativa, el investigador se mantiene al margen del fenómeno estudiado, como un espectador pasivo, que se limita a registrar la información que aparece ante él, sin interacción, ni implicación alguna.

Observación individual: Es la que hace una sola persona, sea porque es parte de una investigación igualmente individual, o porque, dentro de un grupo, se le ha encargado una parte de la observación para que la realice. Todos asisten, pero algunos realizan otras tareas o aplican otras técnicas



1.10.3 Documentación

No se utilizan documentos físicos ya que debido a la Pandemia Covid-19 no fue posible visitar las instalaciones de La Alcaldía Auxiliar Zona 21. Se visita la página oficial de La Municipalidad de Guatemala donde se encuentra información de las Alcaldías Auxiliares. Se realiza la búsqueda de grupos en redes sociales los cuales fueron agregados en las referencias.

1.10.4 Encuestas

Encuesta enviada por medio de *google* formularios, la cual se publicó en dos grupos de *facebook* el primero; COCODE Nuestra Colonia Justo Rufino Barrios Zona 21 y Nuestra Zona 21.

En la encuesta se busca indagar sobre que tanto conoce la comunidad de Zona 21 a la Alcaldía, sus medios de comunicación, su trabajo. Como les gustaría que la Alcaldía se comunique. Esto para saber que material comunicacional crear y que sea más digerible para el grupo objetivo.

1.10.5 Interpretación de Resultados (Gráficas)

Las gráficas generadas por la encuesta demuestran que la comunidad de Zona 21 necesita un producto de comunicación más elaborado, en el cual se obtenga de manera resumida noticias de interés; en la época actual el tema central es Covid-19. Precauciones por el virus, forma de prevención, recordatorios. Son algunos temas que se pueden abordar.

Un boletín el cual se pueda difundir en de la red social *Facebook* o bien de manera impresa y repartirlo en la comunidad de Zona 21.



Grafica No. 1

Sección 1 de 3

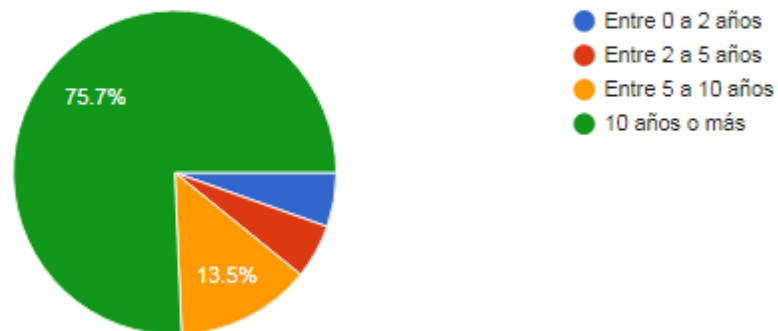
Encuesta

"Vecino de Zona 21" Con el propósito de obtener una mayor comunicación y satisfacción a cada residente, la Alcaldía Auxiliar Zona 21 y Escuela de Ciencias de la Comunicación USAC quiere renovar su modelo de comunicación; para ello busca identificar elementos que mejoren y potencialicen la interacción.

Por esta razón, necesitamos contar con su conocimiento, experiencia y opinión acerca de las herramientas que son utilizadas actualmente.

1. Por favor indique su antigüedad como "residente en Zona 21"

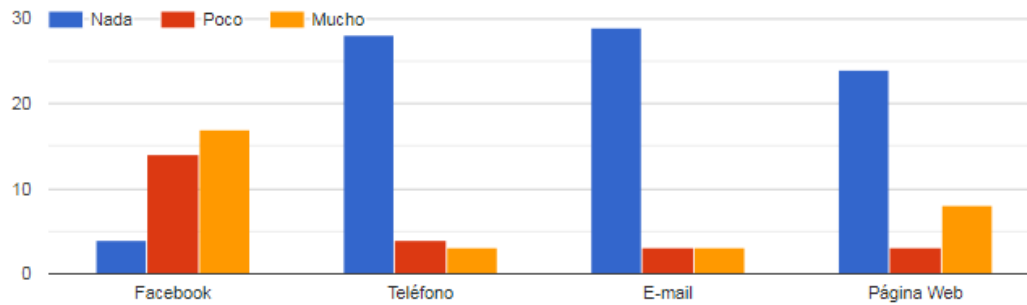
37 respuestas





Grafica No. 2

2. ¿Qué tanto conoce usted los siguientes medios de Comunicación en la Alcaldía Auxiliar Zona 21?

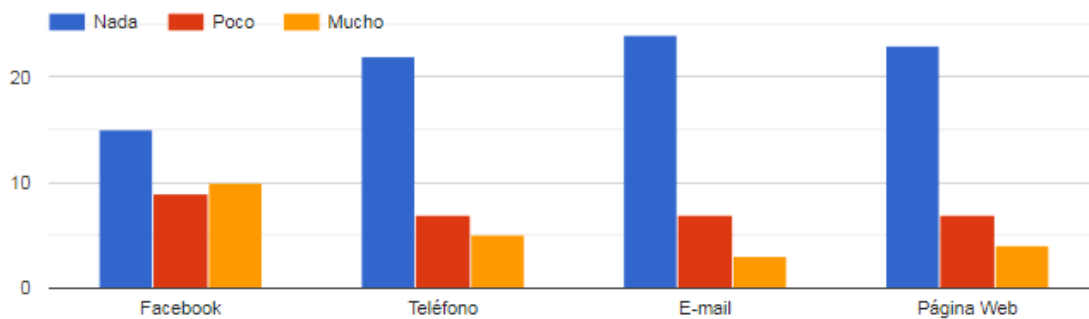


Según encuesta enviada al grupo objetivo indican que, el medio de comunicación más conocido para ellos es la fan page de *facebook* los demás medios de contacto eran desconocidos para ellos ya que no tenían conocimiento que existiera un correo electrónico o mucho menos la página Web.



Grafica No. 3

¿Qué tanta respuesta a sus opiniones encuentra en cada uno de los siguientes medios?

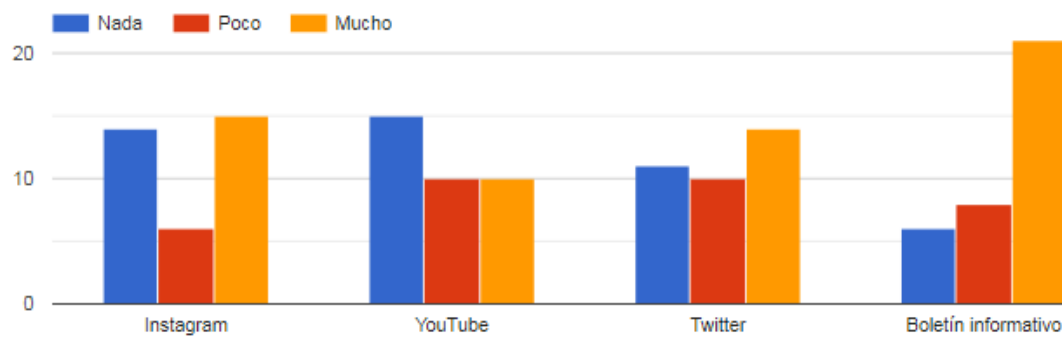


Ya que el medio de contacto mayormente conocido por el grupo objetivo es *facebook* también es donde encuentran más respuestas por ello en las gráficas es el que contiene mayor alcance. Siendo el correo electrónico el de menor respuesta, esto porque el grupo no tiene conocimiento o respuesta de parte de la Alcaldía.



Grafica No. 4

¿Qué medios alternos de comunicación desearía que la Alcaldía Auxiliar Zona 21 utilizará?



El grupo objetivo considera que la creación de un boletín informativo es útil como medio de comunicación ya que la información se haría llegar de manera resumida y más directa. *youtube* es la red social que menos genera impacto en nuestro grupo objetivo.



1.11 FODA

La matriz de análisis FODA, es una conocida herramienta estratégica de análisis de la situación de la empresa. El principal objetivo de aplicar la matriz en una organización, es ofrecer un claro diagnóstico para poder tomar las decisiones estratégicas oportunas y mejorar en el futuro. Facilita la comprensión de las fortalezas y debilidades de la organización. Alienta el desarrollo del pensamiento estratégico. Ayuda a clarificar y resumir las principales cuestiones y oportunidades de la empresa

F O D A

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ol style="list-style-type: none">1. Armonía en grupo de colaboradores.2. Respaldo de la Municipalidad de Guatemala	<ol style="list-style-type: none">1. Comunicación unilateral2. No hay comunicación efectiva3. No hay retroalimentación
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ol style="list-style-type: none">1. Unión en la comunidad.2. Iniciativa y proactividad en los vecinos3. Emprendimientos en la comunidad	<ol style="list-style-type: none">1. Barreras de comunicación2. Falta de monitoreo a medio de comunicación3. Covid19



1.12 Problemas detectados

La falta de interacción en *facebook*, se menciona en repetidas ocasiones en esta red social porque es la que utiliza la organización para mantener comunicación con el grupo objetivo, quienes a su vez por dicha falta de interacción creen que sus opiniones no son tomadas en cuenta

No se sienten escuchados por parte de la Alcaldía, ya que la organización genera contenido informativo sobre los trabajos que realiza el Alcalde Auxiliar Jorge Mario García. Sin embargo, no trabajan la Comunicación bilateral, los vecinos comentan alguna publicación y no obtienen respuesta de parte de la organización.

Los vecinos mencionan el tema de la Pandemia Covid-19 y la falta de información que se tiene al respecto, los habitantes necesitan que se aborde información sobre dicha temática, en lo particular.

Los datos recopilados en las encuestas indican que no tienen conocimiento sobre el correo electrónico de la Alcaldía por ello nunca lo utilizan al igual que el número telefónico por lo tanto no son funcionales para ellos.

1.13 Planteamiento del Problema Comunicacional

Recopilar información para este proyecto no fue fácil, las fuentes utilizadas han sido por medio de redes sociales, es decir, todo se observó de manera digital debido a la Pandemia conocida como Covid19.

Los medios de comunicación que utiliza actualmente la Alcaldía Auxiliar Zona 21 no han podido ser monitoreados, esto causa cierto malestar en los vecinos de dicho sector, es totalmente comprensible ya que es una comunidad muy preocupada por sus alrededores.

Dejando por un lado la falta de monitoreo, se encuentra la creación de contenido. El grupo objetivo necesita que sea más digerible y mucho más amplio el enfoque de temas desde la delincuencia común hasta el Coronavirus.



EL malestar principal de los vecinos de Zona 21 es la Pandemia Covid-19 ya que muchas de las familias pertenecientes a la comunidad están pasando por situaciones precarias, ni si quiera tienen para la canasta básica. Esto por falta de empleo en esta época; muchas suspensiones sin goce de salario o bien despidos.

Así mismo requieren un medio de comunicación directo, en el cual puedan encontrar información y noticias de la actualidad. Y que a la vez sea fácil de asimilar y comprender.

1.14 Indicadores de Éxito

facebook es la mejor herramienta para el tipo de comunicación que maneja la Alcaldía Auxiliar Zona 21 ya que el contenido es muy textual, además se ha convertido en un canal de comunicación fundamental para las instituciones que manejan este tipo de contenido.

Un punto a favor es que la página ya está en la red social mencionada, únicamente hay que darle más movimiento, generar contenido sobre temas que interesen al grupo objetivo y por supuesto mantener interacción con este, para que no haya malinterpretaciones.

El material que maneja la organización se puede implementar para la creación de boletines informativos los cuales se pueden difundir por medio de *facebook*. De esta manera se puede llegar al grupo objetivo, ya que en las encuestas indican que prefieren la red social *facebook* y les interesa estar al tanto sobre la comunidad por medio de un boletín.

Al momento de contactar a la Alcaldía Auxiliar Zona 21 proporcionaron un número de *whatsapp*, no se ha logrado comunicación por esa vía, sin embargo, se puede trabajar para que sea una herramienta más de comunicación y sería mucho más directa ya que *whatsapp* se define a sí mismo como una aplicación de mensajería instantánea.



York University comparte sobre *whatsapp* “Tecnologías informáticas que permiten la creación y el intercambio de información, ideas, intereses y otras formas de expresión a través de comunidades y redes virtuales.

1.15 Proyecto a Desarrollar

Introducción de material comunicacional para apoyar a la Alcaldía Auxiliar Zona 21 ya que funciona como centro de acopio, para la recaudación de víveres y apoyo a las familias afectadas por la Pandemia COVID-19.



CAPITULO 2

2. Plan estratégico de Comunicación

Plan estratégico de comunicación de la Alcaldía Auxiliar Zona 21. El cual ayuda a la institución a solucionar el malestar del grupo objetivo; y resolver sus problemas de comunicación.

2.1 Descripción técnica del Plan Estratégico de Comunicación

Se apoyó a la Alcaldía Auxiliar Zona 21 para la recolección de víveres y donaciones. Difundiendo el proyecto “Centro de Acopio” para que la comunidad colaborara con las familias más necesitadas de la zona.

2.2. Objetivos de la Estrategia

Alcaldía Auxiliar Zona 21 como centro de acopio, para la recaudación de víveres y apoyo a las familias afectadas por la Pandemia COVID-19

2.2.1 Objetivo general

Concientizar a la población para que, colaboren en la colecta de víveres para los vecinos con necesidad que realiza la Alcaldía Auxiliar Zona 21 y a la vez promuevan dicha labor para incentivar a que más personas se unan a la causa.



2.2.2 Objetivos específicos

Fomentar por medio de material comunicacional la colecta de víveres que realiza la Alcaldía Auxiliar Zona 21.

Concientizar a las personas del riesgo sobre la Pandemia Covid-19.

Divulgar donaciones para incentivar a que más gente colabore.

2.3 Misión

Apoyar a la Alcaldía Auxiliar Zona 21 en conjunto con la comunidad para contribuir con las familias afectadas debido a la Pandemia Covid-19.

2.4 Visión

Ser una institución influyente en la comunidad de Zona 21 para que genere conciencia y ayudar al más necesitado durante y después de la Pandemia.

2.5 Elementos comunicacionales que según su Diagnóstico aplicará

Emisor: persona que emite o produce el mensaje en el acto de la comunicación

Receptor: persona que recibe el mensaje en el acto de comunicación

Código: sistema de símbolos y reglas que permite componer y descifrar un mensaje

Comunicación: transmisión de señales mediante un código común al emisor y receptor.

Grupo objetivo: grupo de personas que una empresa o institución elige como futuros clientes.

Ruidos en la comunicación: señal no deseada en la transmisión del mensaje que realiza el emisor hacia el receptor. Generan factores negativos que interfieren en la interlocución de un mensaje haciendo que termine distorsionado.



Comunicación externa: tiene como objetivo mejorar la imagen de marca y está vinculada a las relaciones de la empresa con el resto de grupo de interés.

Comunicación interna: facilita el flujo de información entre los distintos empleados y directivos de una institución.

Relaciones Públicas: relaciones mutuamente beneficiosas entre las organizaciones.

Publicidad institucional: se considera como una herramienta de las relaciones públicas; ya que genera en el público una imagen favorable de la organización.

FODA: es una sigla que se forma con los términos “fortalezas”, “oportunidades”, “debilidades” y “amenazas”. Se denomina análisis FODA al estudio que permite conocer estas características de una empresa o de un proyecto, detallándolas en una matriz cuadrada.

2.6 Alcances y límites de la Estrategia

Los productos comunicacionales tendrán mayor presencia en la comunidad de Zona 21 ya que serán publicados en el *facebook* de la Alcaldía y sus seguidores son principalmente los vecinos de dicha zona.

Según la disposición del Consejo Superior Universitario de la USAC en la cual prohíbe las actividades presenciales esto por la actual pandemia debido al COVID-19. Es uno de los mayores límites que presenta la estrategia.

2.7 Metodología para la aplicación de Estrategia Comunicacional

Con base al diagnóstico el tipo de investigación fue descriptiva porque el principal método utilizado fue la observación con un enfoque mixto cualitativo y cuantitativo ya que se tomó la información con encuestas, grupos de discusión y mayormente análisis de contenido. La observación fue de tipo simple o no estructurada.



Comunicación organizacional: “Un conjunto de técnicas y actividades encaminadas a facilitar y agilizar el flujo de mensajes que se dan entre los miembros de la organización, entre la organización y su medio; o bien, influir en las opiniones, aptitudes y conductas de los públicos internos y externos de la organización, todo ello con el fin de que ésta última cumpla mejor y más rápido los objetivos”. (Fernández Carlos, 2002)

Debido a la situación actual de país se necesita que la comunicación con el grupo objetivo sea abierta, evolutiva, flexible y multidireccional ya que la Alcaldía se debe comunicar con el exterior de manera oportuna entre lo formal e informal.

Las redes sociales dan la oportunidad de presentar la comunicación organizacional de manera formal y a la vez informal.

Comunicación social: Generalmente hace referencia al contenido que brindan los medios de comunicación como diarios, televisión e internet. Como campo de estudio se refiere a la transmisión y percepción de la información como objeto cultural y sus reglas de interacción y retroalimentación.

Explora la forma en que los elementos culturales pueden ser percibidos, entendidos y el impacto que éstas tienen sobre la sociedad. Se necesita conocer la relación entre los cambios sociales y los cambios comunicativos debido a las circunstancias actuales del país.

2.8 Actividades para la operatividad de la Estrategia

No se realizó creación de redes sociales ya que la Alcaldía Auxiliar de Zona 21 ya contaba con *facebook*.

2.8.1 Propuesta I

Generar conciencia en la población para el abastecimiento de víveres.



Esto por medio de los productos comunicacionales los cuales se publicaron por medio de la página de *facebook* de la Alcaldía y las redes sociales personales de la Epesista María Fernanda Monzón; estas redes son: *facebook*, *instagram* y *whatsApp*.

Productos comunicacionales:

Dos artes, en la primera se dio a conocer al público sobre el centro de acopio que se encuentra en la Alcaldía Auxiliar Zona 21, sugiriendo algunos de los víveres que necesitan las familias afectadas por Covid-19, se colocó la ubicación exacta y el número telefónico de la persona encargada.

En la segunda se hizo una breve descripción acerca de las personas beneficiadas con los víveres y el motivo de ayuda. Siempre se agregaron los datos del centro de acopio y algunos de los víveres que podrían llevar.

Boletín informativo, en el cual se dieron recomendaciones y consejos sobre la pandemia Covid-19 enfocándose principalmente en la comunidad de Zona 21. Su contenido en su mayoría fue visual; y por medio de su publicación se buscó recordar al grupo objetivo la situación actual sobre la Pandemia Covid-19.

2.8.2 Propuesta II

Difundir un video de agradecimiento, en el cual la Alcaldía Auxiliar Zona 21 evidencie la entrega de víveres por medio de fotografías y a la vez agradecer por el apoyo que fue recibido durante la emergencia.

Así mismo se creó emoción, felicidad y sensación de bienestar en el grupo objetivo ya que en el video se indicó el número aproximado de familias a las cuales llegó el apoyo de dichas donaciones.



El material fotográfico utilizado, aparece el Alcalde Auxiliar Jorge Mario García junto a su equipo entregando los víveres a la comunidad, fotografías de donaciones que han efectuado algunas personas.

El video realizado para esa actividad ha llegado al corazón del grupo objetivo, causando sensibilidad y deseos de seguir apoyando con las donaciones o a empezar a colaborar con esa iniciativa.



2.10 Financiamiento

La Alcaldía Auxiliar no tiene contemplado financiamiento para la situación de la Pandemia Covid-19 por ello surge la estrategia para solicitar donaciones de vecinos, empresas u organizaciones que estén dispuestas a brindar su apoyo hacia el más necesitado. No hay presupuesto asignado de parte de la Alcaldía ya que las entregas de víveres para las familias serán por medio de donaciones. El personal que ya tiene contratado la Alcaldía Auxiliar Zona 21 será quién entregue los vivieres, quiere decir que los salarios de estas personas ya están incluidos en el presupuesto de la Alcaldía, no generando gastos adicionales.

2.11 Presupuesto

Cantidad	Detalle	Costo Unitario	Costo total
2	Post para redes sociales	Q250.00	Q500.00
1	Boletín para redes sociales	Q200.00	Q200.00
1	Video para redes sociales	Q1000.00	Q1000.00
		Total	Q1,700.00



2.12 Beneficiarios

Familias afectadas ubicadas en Zona 21, todas las municipalidades que lo tomen de ejemplo, vecinos de la zona.

2.13 Recursos Humanos

La Alcaldía Auxiliar no cuenta con un departamento específico para la situación actual en relación con Covid-19. Se forman comisiones con los trabajadores, una para entrega de viveres y otra para la sanitización de la Zona 21.

La epesista María Fernanda es quién llevo a cabo la edición de un video y material comunicacional para promover el centro de acopio.

La comisión de EPS de Licenciatura conformado por Dr. José María Torres, M.A. Evelin Morazán, Lcdo Luis Fernando Lucero y demás supervisores.

2.14 Áreas geográficas de acción

Ciudad Capital de Guatemala

2.15 Cuadro comparativo de Estrategias

ACTIVIDADES	OBJETIVOS ESPECIFICOS	PRESUPUESTO	RECURSO HUMANO	ÁREA GEOGRÁFICA DE IMPACTO	BENEFICIARIOS	FECHA DE EJECUCIÓN
1 Reunión por medio de llamada telefónica con encargada de comisión del centro de acopio	Comunicar a la encargada de comisión Sara Polanco por medio de llamadas y Whatsapp	Las llamadas van por cuenta del Epeista	Epeista María Fernanda Monzon	Guatemala	Epeista María Fernanda Monzon	Mínimo una vez al mes
2 Elaboración de artes para redes sociales	Realizar diseño con datos específicos como dirección y contacto de Sara Polanco	Recursos de Epeista	Epeista María Fernanda Monzon	Guatemala	Alcalda Auxiliar y comunidad Zona 21	17 de Julio
3 Publicación de primer Post en redes sociales	Crear post con arte en Facebook de la Alcaldía Auxiliar e Instagram y WhtsrApp de Epeista	Valor total Q500,00	Epeista María Fernanda Monzon	Guatemala	Alcalda Auxiliar y comunidad Zona 21	Primera publicación 23 de Julio
4 Elaboración de vídeo de agradecimiento	Recopilación, edición de vídeo de agradecimiento por contribución de viveres	Q1000,00	Epeista María Fernanda Monzon	Guatemala	Alcalda Auxiliar y comunidad Zona 21	Se inició el 31 de Julio
5 Diseño de Boletín informativo	Realizar diseño con consejos ante COVID-19	Q200,00	Epeista María Fernanda Monzon	Guatemala	Alcalda Auxiliar y comunidad Zona 21	Se inició el 31 de Julio
6 Publicación segundo post para redes sociales	Crear segundo post con arte en Facebook de la Alcaldía Auxiliar e Instagram y WhtsrApp de Epeista	Valor total Q500,00	Epeista María Fernanda Monzon	Guatemala	Alcalda Auxiliar y comunidad Zona 21	Primera publicación 10 de Agosto
7 Publicación boletín informativo	Post con boletín en red social Facebook	Q200,00	Epeista María Fernanda Monzon	Guatemala	Alcalda Auxiliar y comunidad Zona 21	Primera publicación 29 de Agosto
8 Publicación de vídeo en Facebook	Compartir vídeo de agradecimiento por red social Facebook	Q1000,00	Epeista María Fernanda Monzon	Guatemala	Alcalda Auxiliar y comunidad Zona 21	Primera publicación 29 de Agosto



CAPITULO 3

3. Informe de la ejecución

3.1 Nombre de la ejecución #1: Post para Redes Sociales

Objetivo de la Actividad: Dar a conocer el proyecto de centro de acopio en la Alcaldía Auxiliar Zona 21 y la necesidad de las personas afectadas por Covid-19

Medio Utilizado: Redes sociales: *facebook, instagram y whatsapp*

Área geográfica de impacto: Guatemala

Presupuesto en esta acción: Q500.00 en total





3.2 Nombre de la ejecución #2: Boletín informativo

Objetivo de la Actividad: Informar a la comunidad de zona 21 sobre la Pandemia Covid-19 y generar conciencia

Medio Utilizado Redes sociales: *facebook*

Área geográfica de impacto: Zona 21

Presupuesto en esta acción: Q200.00



3.3 Nombre de la ejecución #3: Video

Objetivo de la Actividad: Generar emociones por medio del agradecimiento para que más personas sigan colaborando y apoyando

Medio Utilizado: Redes sociales: *facebook* de la Alcaldía Auxiliar Zona 21

Área geográfica de impacto: Guatemala

Presupuesto en esta acción Q1, 000.00



iv. Conclusiones

1. Los diseños utilizados para la creación de post para redes sociales, en los cuales se promovieron a la Alcaldía Auxiliar Zona 21 como centro de acopio fueron de gran alcance, durante la publicación generando más de 350 vistas por día. Esto en las redes sociales: *facebook*, *instagram* y *whatsApp*, las cuales pertenecen a la Epesista.
2. La Alcaldía Auxiliar Zona 21 no contaba con un boletín informativo con recomendaciones y consejos básicos sobre la prevención del Covid-19. Se diseñó un boletín visualmente atractivo con el propósito de hacerlo más amigable, sencillo y directo hacia el grupo objetivo.
3. La entidad carecía de material audio visual, por lo cual se generó un video para sensibilizar a los vecinos en el aporte de víveres para personas necesitadas por la Pandemia Covid-19.
4. Se realizó monitoreo de la única red social utilizada por la institución siendo *facebook*, el único medio de comunicación más directo durante esta Pandemia, ayudando a identificar en este informe algunos problemas de comunicación externos.
5. Las encuestas realizadas al grupo objetivo fueron de gran utilidad para focalizar sus principales necesidades.



v. Recomendaciones

1. La Municipalidad de Guatemala, debe involucrarse más en el proyecto “Alcaldía Auxiliar Zona 21 como centro de acopio”.
2. La Alcaldía debe realizar publicaciones con el material proporcionado por la epesista, el cual obtuvo gran alcance en sus redes sociales.
3. Proponer la creación de perfil en la red social *instagram*, pues por medio de los *post* que se realizaron fue posible evidenciar que hay un mayor alcance e interacción con las personas.
4. Se debe continuar con el boletín informativo, el cual surgió como resultado de las encuestas realizadas a los vecinos de la Zona 21, en relación con la Pandemia Covid-19.
5. Darle seguimiento a la publicación del video el cual ha despertado emociones tanto en personas que hicieron donaciones como en las que aún no lo hacen.



vi. Referencias

Referencias Bibliográficas

Fernández Collado Carlos. (2002), La comunicación en las organizaciones. México

Hodgetts y Altman, (1985). Comportamiento en las organizaciones. México: Interamericana S.A. de CV

Scolari, (2013). Narrativas transmedia: Cuando todos los medios cuentan. Barcelona

Página de Facebook de Alcaldía Auxiliar Zona 21

<https://www.facebook.com/alcaldia.auxiliarzonaveintiuno/>

Perfil de Alcalde Auxiliar Jorge Mario García

<https://www.facebook.com/Jorge-Mario-Garc%C3%ADa-Rodr%C3%ADguez-117524751609193/>

Iniciativa La Zona 21

<https://www.facebook.com/lazona21.gt>

COCODE Nuestra Zona 21

<https://www.facebook.com/groups/nuestrazona21>

COCODE Colonia Justo Rufino Barrios Zona 21

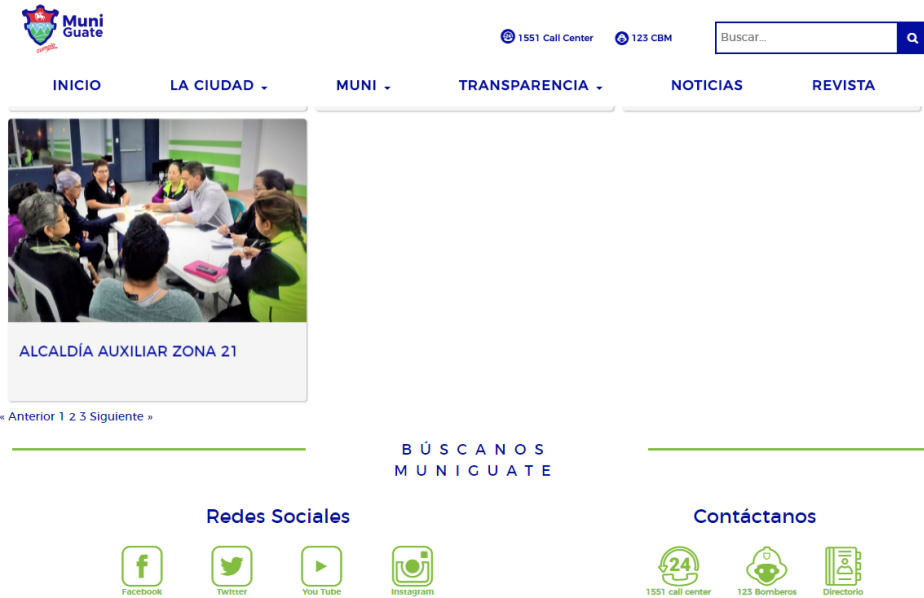
<https://www.facebook.com/cocodejrbz21>

Web Municipalidad de Guatemala

<http://www.muniguate.com/>



Anexos



Inicio de la *fanpage* de la Alcaldía Auxiliar en *facebook* (Guatemala, 2020)



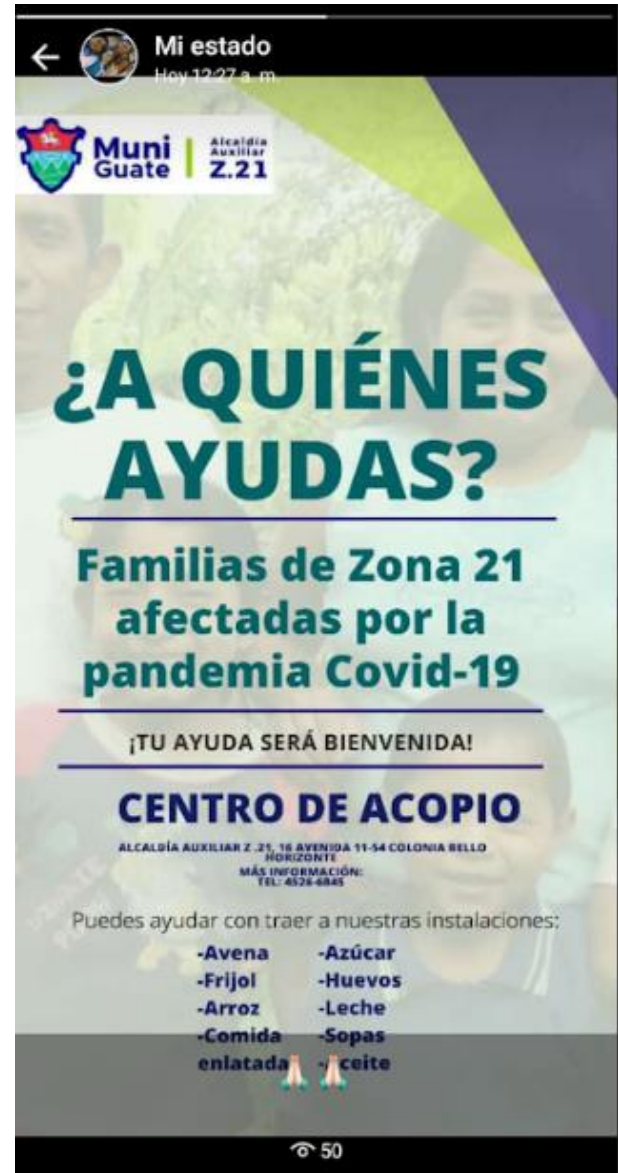
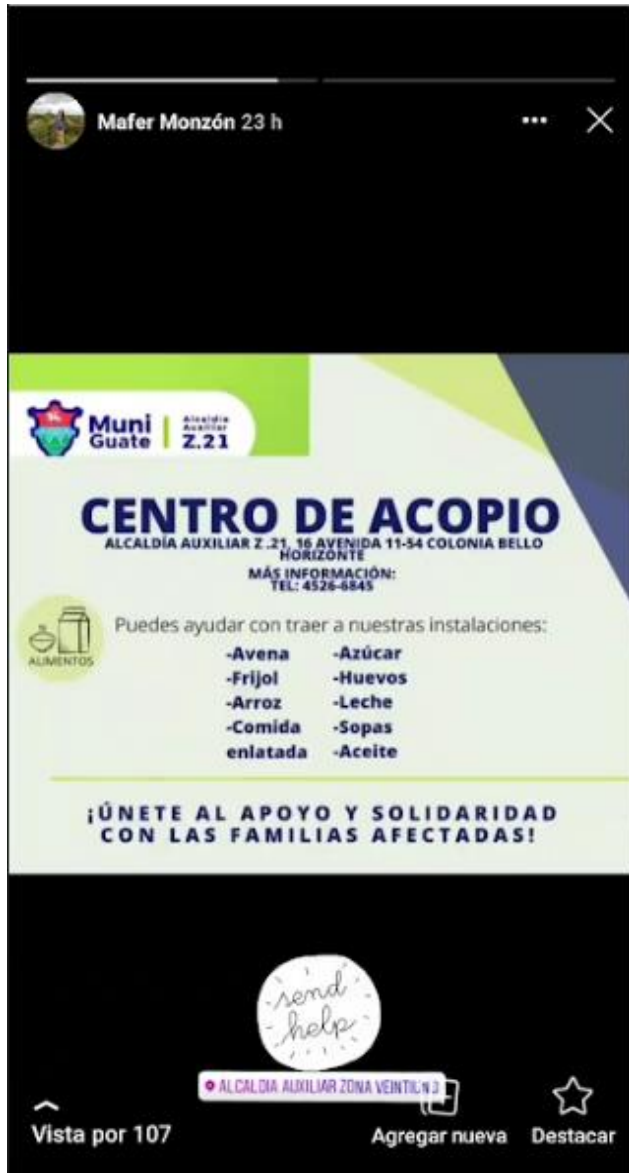
Inicio de *fanpage* de la Alcaldía Auxiliar en *facebook* (Guatemala, 2020)



Fotografías.



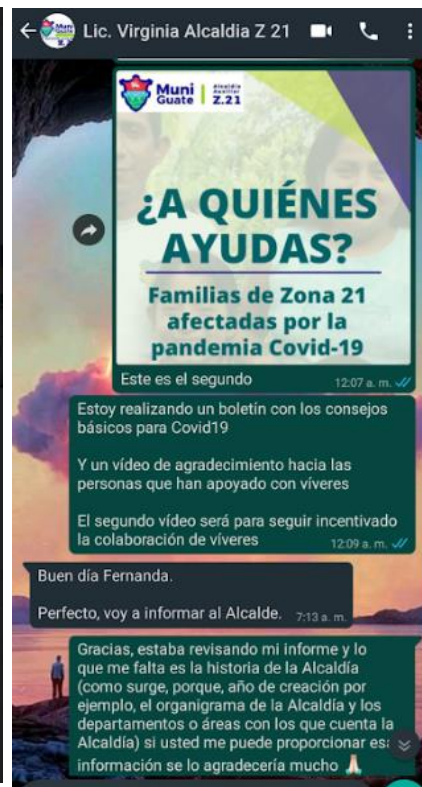
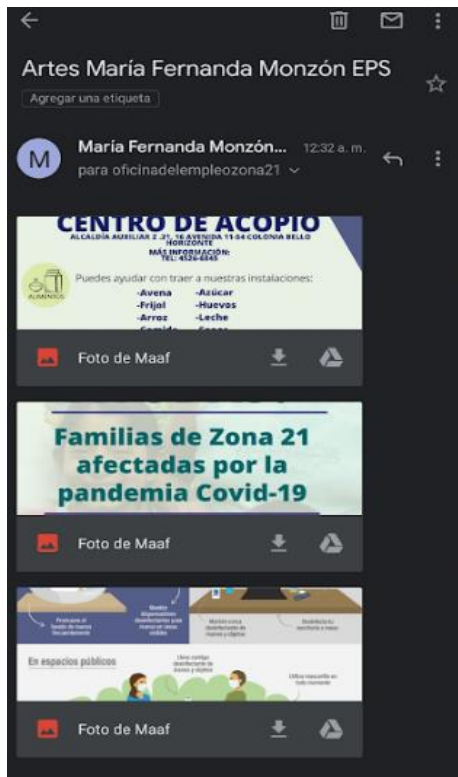
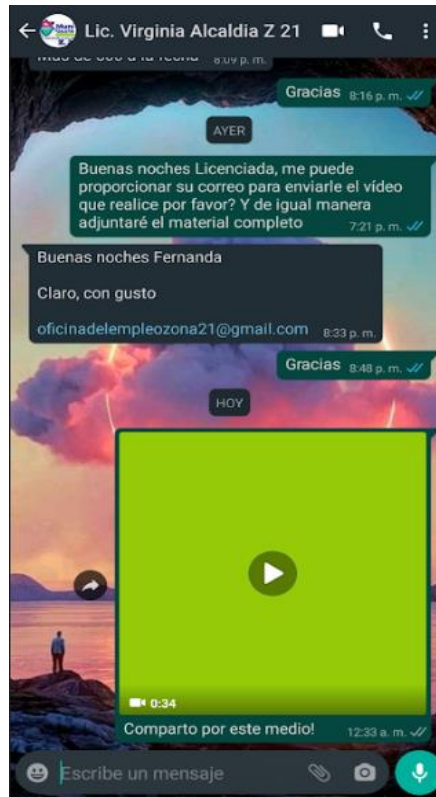
Capturas de pantalla de post en instagram



Capturas de pantalla de post en facebook y whatsApp



Capturas de pantalla de *post* video y boletín ambos en *facebook*.






Artes y materiales ejecutados.

Guión: Para Spot Video 35 segundos
Cliente: Alcaldía Auxiliar Zona 21
Locutor 1: María Fernanda Monzón

Entra música 2 segundos	
Voz en OFF: Locutor 1	LOCUTOR: MARIA FERNANDA (leyendo el texto para que haga énfasis)
Plano: Frontal / primer plano	Entra texto: MAS DE 500 FAMILIAS BENEFICIADAS
Plano: Frontal/ primer plano Sigue música de fondo (subir volumen)	SECUENCIA DE IMAGENES EVIDENCIANDO LA ENTREGA DE VIVERES
Plano frontal/ primer plano Música de fondo en conjunto con voz en OFF	Entra texto: GRACIAS ZONA 21!
Plano frontal / primer plano Música de fondo (subir volumen) en conjunto con texto	IMAGENES Entra texto: AGRADECE TU APOYO
Plano frontal / primer plano Música de fondo (subir volumen)	IMAGENES DE PERSONAL ALCALDIA MUNICIPAL ZONA 21 Y ALCALDE AUXILIAR ENTREGANDO VIVERES
Plano frontal/ primer plano Música de fondo (bajar volumen) en conjunto con voz en OFF	Entra texto: SOLIDARIDAD, UNIDAD
Plano: Frontal/ primer plano Sigue música de fondo (subir volumen)	IMAGENES DE ALGUNOS VIVERES RECOLECTADOS
Plano frontal/ primer plano Música de fondo (bajar volumen) en conjunto con voz en OFF	Entra texto: ESPERANZA, ALEGRIA
Plano frontal / primer plano Música de fondo (subir volumen)	IMAGENES DE: VIVERES, ENTREGA, IMÁGENES DE LA ALCALDIA
Plano frontal/ primer plano Música de fondo (bajar volumen) en conjunto con voz en OFF	Entra texto: CENTRO DE ACOPIO ALCALDIA AUXILIAR ZONA 21 AGRADECE TU APOYO!



Muni Guate | Alcaldía Auxiliar **Z.21**

¿A QUIÉNES AYUDAS?

Familias de Zona 21 afectadas por la pandemia Covid-19

¡TU AYUDA SERÁ BIENVENIDA!

CENTRO DE ACOPIO

ALCALDÍA AUXILIAR Z.21, 16 AVENIDA 11-54 COLONIA BELLO HORIZONTE
MÁS INFORMACIÓN:
TEL: 4526-6845

Puedes ayudar con traer a nuestras instalaciones:

-Avena	-Azúcar
-Frijol	-Huevos
-Arroz	-Leche
-Comida enlatada	-Sopas
	-Aceite



Muni Guate | Alcaldía Auxiliar **Z.21**

CENTRO DE ACOPIO

ALCALDÍA AUXILIAR Z.21, 16 AVENIDA 11-54 COLONIA BELLO HORIZONTE
MÁS INFORMACIÓN:
TEL: 4526-6845



Puedes ayudar con traer a nuestras instalaciones:

-Avena	-Azúcar
-Frijol	-Huevos
-Arroz	-Leche
-Comida enlatada	-Sopas
	-Aceite

¡ÚNETE AL APOYO Y SOLIDARIDAD CON LAS FAMILIAS AFECTADAS!



Muni Guate **CONSEJOS de PREVENCIÓN** ante COVID-19

En tu área de trabajo



Promueve el lavado de manos frecuentemente



Mantén dispensadores desinfectantes para manos en áreas visibles



No compartas objetos personales

Desinfecta tus herramientas de trabajo con un pañito

Mantén cerca desinfectante de manos y objetos

Desinfecta tu escritorio o mesa

En espacios públicos



Lleva contigo desinfectante de manos y objetos

Utiliza mascarilla en todo momento

Guarda distancia segura

Si tienes que reunirte, hazlo en espacios abiertos

Fuente: Organización Mundial de la Salud

