

Universidad de San Carlos de Guatemala

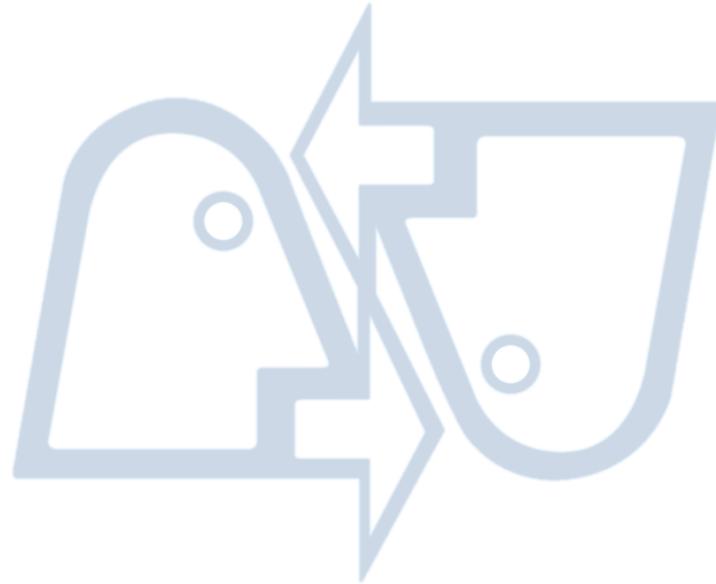
Escuela de Ciencias de la Comunicación

“Diagnóstico de Comunicación Interna y Externa para el fortalecimiento de la gestión en la Alcaldía Municipal de Santa Bárbara, Huehuetenango”

Maria de los Angeles Ponce Sosa

Previo a optar el título de: Licenciada en Ciencias de la Comunicación

Guatemala, Octubre del 2020



Comunicación
creando futuro



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



“Diagnóstico y Estrategia de Comunicación Interna y Externa para el fortalecimiento de la gestión en la Alcaldía Municipal de Santa Bárbara, Huehuetenango”

Maria de los Angeles Ponce Sosa

Previo a optar el título de:
Licenciada en Ciencias de la Comunicación

Asesora
Máster Evelin Morazán Gaitán

Guatemala, octubre del 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 19 de 2020

Epsl07-02

Estudiante de EPS de Licenciatura
Maria de los Angeles Ponce Sosa
Carné no. 201321970
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 Interna y Externa para el fortalecimiento de la gestión en la Alcaldía Municipal de Santa Bárbara, Huehuetenango”** y de haber sustentado el examen privado y defensa de su proyecto de EPS de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, se aprueba por Unanimidad por parte del Tribunal Examinador.

Se autoriza el trabajo final en el Acta de cierre respectiva e impresión de su trabajo final de EPSL en un número de 5 ejemplares impresos que deberá entregar a las instancias respectivas indicadas; así como 3 CD's con el documento incluido con el formato PDF los cuales deberá entregar a la Biblioteca Flavio Herrera, Biblioteca Central y a la Coordinación de EPSL de la E.C.C.

Sin más que hacer constar:

“ID Y ENSEÑAD A TODOS”

M.A. Evelin Morazán
Supervisor



Dr. José María Torres Carrera
Coordinador



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



Guatemala 17 de febrero de 2020
Ref.EPSL.Doc.5-170220

Inga. Mima Regina Valiente
Coordinadora del programa EPSUM
Universidad de San Carlos de Guatemala
Su Despacho

Estimada Inga. Valiente:

La Dirección de la Unidad del Ejercicio Profesional Supervisado de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala, le extiende un cordial saludo, deseándole éxito en sus actividades cotidianas.

Atentamente me permito presentar al estudiante universitario María de los Angeles Ponce Sosa, quien se identifica con número de Carné 201321970 de la disciplina de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación quien se asignó a la municipalidad de Santa Bárbara, Huehuetenango, por el periodo comprendido de 6 meses desde el 15 de febrero al 15 de agosto en el programa de EPSUM, departamento de Guatemala.

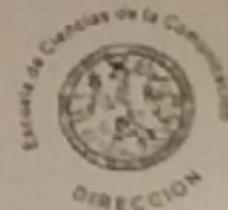
De antemano agradecemos su colaboración y apoyo. Sin otro particular me suscribo respetuosamente,

[Handwritten signature]
17/02/2020

"D Y ENSEÑAD A TODOS"

[Handwritten signature]

Lic. César Augusto Paiz Fernández
Director de la Escuela de Ciencias de la Comunicación



C.C. Archivo
Dr. PhD José Torres
MA. Evelin Morazán

Por una Universidad de Educación Superior Pública y de Calidad

www.comunicacion.usac.edu.gt

Edificio M2, Ciudad Universitaria, zona U2. Teléfono: (502) 2413-8920 Telefax: (502) 2413-8920



Municipalidad de Santa Bárbara

Huehuetenango, Guatemala C.A.

Secretaría Municipal
Alcaldía Municipal de Santa Bárbara, Huehuetenango

Guatemala, 26 de febrero del 2020

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

Señor Torres

En respuesta al Oficio No. Form. AB-USAC-02, de fecha 15 de febrero del 2020, me permito comunicarle que esta Dirección de la Secretaría General, Autoriza a la Sr. María de los Angeles Ponce Sosa, para realizar su Práctica Profesional Supervisada en la Empresa de la Alcaldía Municipal de Santa Bárbara, Huehuetenango, designándole específicamente a la coordinación y planificación de medios de comunicación, ubicada en la Alcaldía Municipal de Santa Bárbara, Huehuetenango, a Cargo del Colaborador Víctor Alva, quien será el responsable de supervisar su asistencia, así como el trabajo y los avances del mismo.

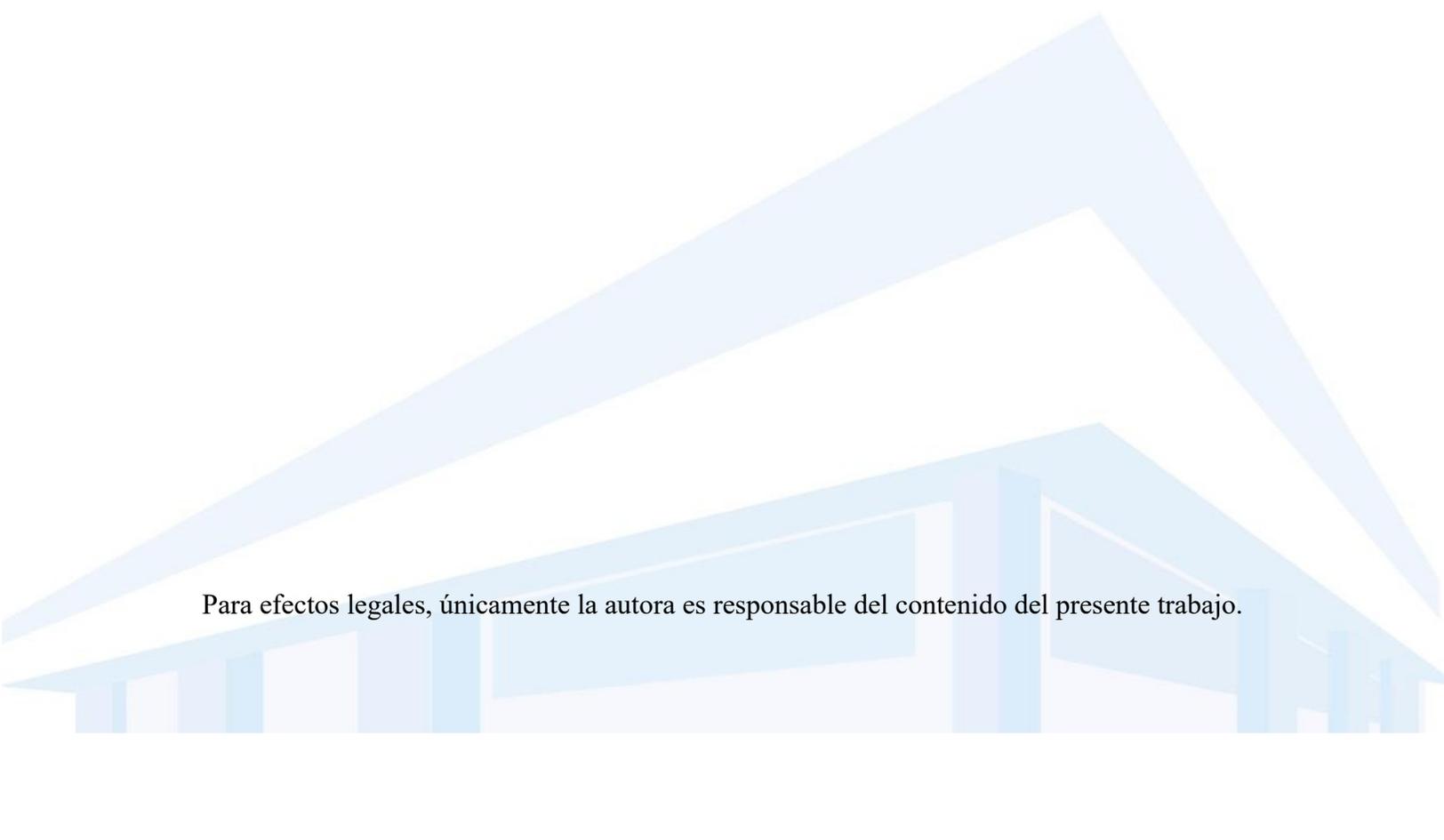
Al señor Víctor Alva, se le comunico que los documentos que se produzcan como consecuencia del Ejercicio de la Práctica Supervisada, deben ser previamente conocidos y revisados por la Dirección de la Alcaldía Municipal y por el Coordinador del área que se le está asignando, así como comunicar a esta Dirección de cualquier acción que emprenda y presentar además un plan de trabajo.

Atentamente,


Víctor Alva
Secretario Municipal



cc. MA. Evelyn Morazan.

The bottom of the page features a decorative graphic consisting of several overlapping, semi-transparent blue geometric shapes. These shapes form a stylized, abstract representation of a building or a series of connected planes, with various shades of light blue and white. The shapes are layered, creating a sense of depth and perspective.

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

DEDICATORIA

A Dios

Por darme la vida, fuerza, inteligencia, sabiduría y coraje para lograr culminar mis estudios con salud y bienestar.

A MIS AMADOS PADRES

A mi papá Mario René Ponce Schleeauf y a mi mamá María de los Ángeles Sosa Marroquín de Ponce, por su amor, palabras de aliento, paciencia y su apoyo incondicional en cada instante.

A MIS ABUELOS

José Rodolfo Sosa Cruz †, Ana Lucrecia Marroquín Molina de Sosa, Manuel Enrique Ponce Ponce † y Elvira Schleeauf Pacay de Ponce †, por su amor y fortaleza.

A MIS HERMANAS

María Elvira y María Laura, por ser una fuente de inspiración, ayudarme a ser mejor persona cada día.

A MIS TÍAS Y TÍOS

Ana Lucrecia Sosa, José Luis Alvarado Magaña, Ana Cristina Sosa y Silvia Sosa, por siempre estar para mí cuando más lo he necesitado y siempre mostrarme su cariño incondicional.

AL RESTO DE MI FAMILIA

A mis primos y sobrinos que siempre han estado para ayudarme y alentarme en cada momento de mi carrera y de mi vida.

A MIS AMIGOS

Por ser la tierra y estar presente en los momentos difíciles y de mucha desesperación, por brindarme siempre su apoyo incondicional.

AGRADECIMIENTOS

PAÍS

Por darme el honor de nacer en esta tierra de personas comprometidas a sobresalir y tener una mejor calidad de vida.

A LA UNIVERSIDAD

Por brindarme profesionales que me dieron las herramientas adecuadas para hacer un profesional con valores y virtudes, en pro de su país.

AUTORIDADES

Por darnos las herramientas necesarias y brindarnos a profesionales adecuados que instruyan a jóvenes para que se conviertan en agentes de cambio.

INSTITUCIÓN

Por abrirme las puertas para ayudarles, en el desarrollo del Municipio.

ÍNDICE

Introducción	I
Antecedentes	II
Justificación	III
Capítulo 1	1
Diagnóstico De Comunicación	1
1. La Institución.....	1
1.2. Perfil Institucional	1
1.3. Ubicación Geográfica	2
1.3.1. Localización y extensión	2
1.3.2. Clima.....	3
1.3.3. Orografía.....	4
1.4. Integración y alianzas estratégicas.....	4
1.5. Origen e historia	6
1.5.1. Municipio De Santa Bárbara	6
1.5.2. Aspectos culturales y deportivos	8
1.6. Departamentos o dependencias de la institución	8
1.6.1. Concejo Municipal.....	8
1.6.2. Funciones del Concejo Municipal	9
1.6.3. Organización de comisiones	9
1.6.4. Sesiones del Concejo Municipal.....	10
1.6.5. Presentación Municipal	10
1.6.6. Atribuciones y deberes de los síndicos y concejales	11
1.6.7. Síndico y concejales suplentes.....	11
1.6.8. Cargo y funciones del secretario municipal.....	12
1.6.8.1. Oficial I.....	13
1.6.8.2. Oficial II.....	14

1.6.8.3. Oficial III.....	14
1.6.9. Director de AFIM (Administración Financiera Integral Municipal).....	14
1.6.10. Encargado de presupuesto.....	15
1.6.10.1. Contador.....	15
1.6.10.2. Receptor	15
1.6.11. Encargado de almacén	16
1.6.12. Dirección Municipal de planificación.....	16
1.6.12.1. Oficial I	16
1.6.13. Oficina forestal.....	17
1.6.13.1. Oficial I	17
1.6.14. Oficina Municipal de la mujer	18
1.6.14.1. Oficial I	18
1.6.15. Oficina Municipal de servicios públicos.....	18
1.6.16. Bibliotecario (a)	18
1.6.17. Unidad de acceso a la información pública	19
1.7. Organigrama	19
1.8. Misión.....	20
1.9. Visión.....	20
1.10. Objetivos institucionales.....	20
1.10.1. Objetivo general.....	20
1.10.2. Objetivo específico	20
1.11. Público objetivo	21
1.11.1. Posicionamiento	21
1.11.2. Segmentación.....	21
1.11.3. Perfil socioeconómico.....	21
1.11.4. Perfil demográfico	21
1.11.5. Perfil económico	22
1.12. Diagnóstico	22

1.12.1.	Objetivo del diagnóstico	22
1.12.2.	Objetivo general	23
1.12.3.	Objetivo específico	23
1.13.	Tipos de investigación.....	23
1.13.1.	Enfoque.....	25
1.14.	Técnicas de recolección de datos.....	25
1.14.1.	Técnicas	26
1.14.2.	Instrumentos.....	26
1.14.3.	Observación.....	27
1.14.3.1.	Tipos de observación.....	27
1.14.3.2.	Lo observado en la Alcaldía Municipal de Santa Bárbara.....	28
1.14.3.3.	Actitud pasiva	30
1.14.3.4.	Actitud activa	30
1.14.4.	Documentación	30
1.14.4.1.	Entrevista de profundidad	31
1.14.4.2.	Encuestas.....	31
1.14.4.3.	Población.....	32
1.15.	Interpretación de resultados (Gráficas).....	33
1.16.	FODA	47
1.17.	Problemas detectados.....	50
1.17.1.	Planteamiento del problema comunicacional	51
1.17.2.	Formulación del problema	52
1.17.3.	Alcances y límites	53
1.18.	Indicadores de éxito.....	53
1.19.	Proyecto a desarrollar	55
Capítulo 2	56
2.	Plan estratégico de comunicación	56
2.1.	Descripción técnica de la estrategia del proyecto	56

2.2.2. Objetivos de la estrategia	57
2.2.1. Objetivo general	57
2.2.2. Objetivos específicos	57
2.3. Misión	57
2.4. Visión	58
2.5. Elementos comunicacionales que según su diagnóstico aplicará	58
2.5.1. Comunicación	58
2.5.2. Características de la comunicación	59
2.5.3. Funciones de la comunicación	59
2.5.4. Comunicación informativa	60
2.5.5. Autoestima en comunicación	61
2.5.5.1. Comunicación sfectiva	61
2.5.5.2. Comunicación ssertiva	62
2.5.6. Comunicación regulativa	63
2.5.7. Elementos de la comunicación	63
2.5.8. Proceso de la comunicación	65
2.5.9. Comunicación eficiente	66
2.5.10. Ruidos en la comunicación	66
2.5.11. Barreras de la comunicación	66
2.5.12. Tipos de comunicación	68
2.5.13. Efectos de la comunicación	69
2.5.14. Comunicación organizacional	69
2.5.15. Tipos De Comunicación Organizacional	70
2.5.16. Rumor	71
2.5.17. Redes De Comunicación Organizacional Interna	71
2.5.18. Organización Funcional	72
2.5.19. Medios De Comunicación	74
2.5.20. Redes Sociales	75

2.5.20.1.	<i>Facebook</i>	76
2.5.20.2.	Google Meet.....	76
2.5.20.3.	Zoom	77
2.5.20.4.	Google Formularios	77
2.5.21.	Conflictos que puede existir en la comunicación	77
2.6.	Alcances y límites de la estrategia	78
2.6.1.	Alcances	79
2.6.2.	Límites	79
2.7.	Metodología para la aplicación de la estrategia comunicación	79
2.8.	Actividades Para La operatividad de la estrategia	80
2.8.1.	Propuesta 1: creación de la página de <i>Facebook</i>	80
2.8.2.	Propuesta 2: guía de cómo administrar <i>Facebook</i>	80
2.8.3.	Propuesta 3: vídeo capacitaciones de cómo administrar una página de <i>Facebook</i> y de cómo implementar y llevar a cabo una cartelera informativa	80
2.8.4.	Propuesta 4: vídeo talleres de gestión municipal y de instituciones, interacción social, de actualización de medios de comunicación, autoestima y comunicación y las barreras de comunicación.....	81
2.9.	Cronograma	82
2.10.	Financiamiento	83
2.11.	Presupuesto	83
2.12.	Beneficiarios	84
2.13.	Recursos humanos.....	84
2.14.	Áreas geográficas de acción.....	84
2.15.	Cuadro comparativo de la estrategia.....	85
Capítulo 3	87
3.	Informe de ejecución.....	87
3.1.	Estrategia # 1 creación de laa página de <i>Facebook</i>	87
3.1.1.	Objetivo de la actividad	87
3.1.2.	Público objetivo	87

3.1.3. Medio utilizado	87
3.1.4. Área geográfica de impacto	87
3.1.5. Presupuesto invertido en esta acción.....	88
3.2. Estrategia # 2 guía cómo administrar una página de <i>Facebook</i>	89
3.2.1. Objetivo de la actividad	89
3.2.2. Público objetivo	89
3.2.3. Medio utilizado	89
3.2.4. Área geográfica de impacto	89
3.2.5. Presupuesto invertido en esta acción.....	89
3.3. Vídeo capacitaciones de cómo administrar una página de <i>Facebook</i> y de cómo implementar y llevar a cabo una cartelera informativa.....	91
3.3.1. Objetivo de la actividad	91
3.3.2. Público objetivo	91
3.3.3. Medio utilizado	91
3.3.4. Área geográfica de impacto	91
3.3.5. Presupuesto invertido en esta acción.....	92
3.4. Estrategia # 3 vídeo talleres de gestión municipal y de instituciones, interacción social, de actualización de medios de comunicación, autoestima y comunicación y de barreras de comunicación	93
3.4.1. Objetivo de la actividad	93
3.4.2. Público objetivo	93
3.4.3. Medio utilizado	93
3.4.4. Área geográfica de impacto	93
3.4.5. Presupuesto invertido en esta acción.....	94
3.4 Actividades y calendarización.....	95
4. Conclusiones	97
5. Recomendaciones.....	98
6. Fuentes de consulta	99
Bibliografía	99

E- Grafía.....	102
Anexo I: entrevistas de diagnóstico.....	104
Anexo III: páginas de <i>Facebook</i> de la Alcaldía De Santa Bárbara cómo la del CAP de Santa Bárbara, Huehuetenango.....	110
Anexo IV: Cotizaciones	111
Anexo V: Material elaborado para ser publicado en la página de <i>Facebook</i> de la Alcaldía Municipal de Santa Bárbara	112
Anexo VI: Guía de cómo elaborar una página de <i>Facebook</i> y la manera de administrarla.....	120
Anexo VII: Formato de cómo era la encuesta realizada	123
Glosario de términos	125

i. Introducción

La finalidad de la presente investigación realizada es identificar los diferentes canales, barreras y medios de comunicación organizacionales de manera interna y externa de la municipalidad de Santa Bárbara, Huehuetenango, para poder formarla de manera adecuada ya que la comunicación es un pilar importante de la institución que debe ser fortalecido.

Para poder resolver los cambios constantes que surgen en una municipalidad es necesario encontrar un equilibrio ante los agentes de cambio que ayudan al fortalecimiento de la institución.

En la Alcaldía Municipal de Santa Bárbara, Huehuetenango, está encargada de transmitir información a las diferentes personas e instituciones que lo necesiten y que trabajen o dependan de ella, a través de como vayan siendo solicitadas. La comunicación interna y externa son puntos un poco débiles dentro de la alcaldía municipal.

Se recabó la información necesaria que ayudaría a crear un departamento de comunicación adecuado poniendo a prueba cada una de las problemáticas que ayudaría a trazar futuras estrategias y acciones que cumplan con los objetivos principal de fortalecimiento de la comunicación externa e interna en las relaciones interinstitucionales que es a través de diferentes medios de comunicación que existan y se utilicen herramientas que ayudaran al mismo.

El departamento de comunicación implementado ayudará a lograr el fortalecimiento de la comunicación externa volviéndose más eficiente y eficaz a la hora de transmitir la información al público externo de la institución.

ii. **Antecedentes**

El ser humano por naturaleza tiende a comunicarse de la manera más compleja con la finalidad de ser comprendido, de esta manera se crean y desarrollan necesidades que este va necesitando con el pasar del tiempo.

En la búsqueda de realizar un estudio para comprender la situación en la que se encuentra el área rural, de cómo se han ido desarrollando los medios de comunicación con el pasar del tiempo, siendo uno de las instituciones más lejanas del área urbana de la Ciudad Capital de Guatemala, observando las necesidades y cómo han logrado ir resolviéndolas conforme sean necesarias, en la Alcaldía Municipal de Santa Bárbara, actualmente no se tiene un estudio de cómo se encuentran las necesidades de comunicación en el Municipio en general.

Actualmente se ve la necesidad de implementar y desarrollar medios de comunicación adecuados para mejorar el servicio que brinda la Alcaldía Municipal de Santa Bárbara, Huehuetenango, ya que no se cuenta con un departamento de comunicación que ayude a la fluidez de ciertos proyectos y la disolución de problemas que engloban en la institución tanto de manera interna como externa.

Con anterioridad se han desarrollado diferentes unidades académicas que han ayudado al desarrollo del municipio de proyectos acorde a las necesidades presentadas en su momento, en esta ocasión es la primera vez que se llega a trabajar en el área de comunicación en el municipio y en la institución, para lograr implementar proyectos acordes a las necesidades que presente tanto la alcaldía municipal como el municipio.

Así mismo se desarrollarán una serie de estrategias que ayudarán de manera interna al fortalecimiento de la institución y fortalecer la imagen pública de la institución ante el Municipio en general.

iii. **Justificación**

Como parte del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura (EPSL) de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, de la Universidad de San Carlos de Guatemala del 2020, se dio la prioridad de realizar una investigación dónde se genere un área de práctica de campo y de recopilación de datos exactos.

Para la presente investigación se manejan aspectos que suceden en el área del departamento de Huehuetenango en el Municipio de Santa Bárbara, en dónde se desarrolla el proyecto para lograr obtener datos más exactos y precisos con la finalidad, de crear e implementar acciones que ayuden a la Alcaldía Municipal que se está estudiando.

En la creación de instrumentos indispensables y necesarios para el desarrollo de mejores servicios y la implementación de canales de comunicación adecuados a las necesidades según sean, como principal objetivo crear medios de comunicación y lograr el manejo de ellos.

En la búsqueda de mejorar los servicios que brinda la Alcaldía Municipal de Santa Bárbara, Huehuetenango, es importante identificar todos los aspectos que contribuyan a la realización de dicha investigación para poder identificar necesidades latentes que permaneces en la institución y en el Municipio de Santa Bárbara, para lograr generar alternativas que brinden soluciones de futuros problemas.

Una comunicación organizacional interna llevada de manera adecuada, debe ser un motor que impulse a la institución convirtiéndola en una generadora de cambios tanto a nivel local o regional, es por eso la necesidad de factores de cambio para el progreso de la comunidad en todos sus ámbitos en la búsqueda del desarrollo.

De no poseer un diagnóstico de comunicación en la Municipalidad de Santa Bárbara, se limita el estudio de las deficiencias que están ocurriendo en la institución y correrá riesgos aún más fuertes de los ya existentes.

Es por esto por lo que se pretende desarrollar herramientas adecuadas para la prevención que permita generar confianza y credibilidad ante el público de diversas ideologías tanto culturales, religiosas y económicas que se desenvuelven en la institución.



Capítulo 1



DIAGNÓSTICO DE COMUNICACIÓN

1. La Institución

Alcaldía Municipal de Santa Bárbara, Departamento de Huehuetenango.

1.2. Perfil Institucional

“La Municipalidad de Santa Bárbara, departamento de Huehuetenango, con el apoyo de la Secretaría General de Planificación de Guatemala impulsaron el proceso de Planificación Desarrollo Municipal 2011- 2025 en el municipio con el fin de disponer de un instrumento de planificación estratégica que oriente y ordene las distintas intervenciones en el municipio, así como la inversión pública, privada y de cooperación externa a través de la vinculación plan-presupuesto.

Basados en la articulación de políticas y procesos de ordenamiento territorial y gestión de riesgos, teniendo en cuenta la participación ciudadana con equidad de género e interculturalidad.

Para hacer efectivas las expectativas de elaboración de Plan de Desarrollo Municipal, se coordinaron procesos de recopilación de información con actores locales en diferentes talleres donde proporcionaron la información recabada para tener un acercamiento a la realidad de cada una de las diferentes comunidades desde la perspectiva y conocimiento de los líderes comunitarios. Dicho proceso se implementa desde el apoyo de la Municipalidad con el apoyo y asesoría profesional de la Secretaría General de Planificación (SEGEPLAN).

En este proceso de Planificación Estratégica Territorial; la Municipalidad fue la principal impulsora de este proceso donde el Alcalde Municipal y el Concejo participaron activa y positivamente ya que son ellos los que incitarán a darle vida a este proceso de Planificación. En cuanto a la participación de los Actores Locales hubo mucha anuencia y disponibilidad en participación en este proceso de desarrollo ya que según ellos con este proceso se marca el

desarrollo del municipio y las dinámicas territoriales que se pretenden alcanzar en términos de 15 años.

En el Plan de Desarrollo se abordan Dimensiones Sociales, Ambientales, Económicas y Políticos Institucional, los mismos son la base para presentar como las dinámicas del MDTA y la visualización del municipio al finalizar el período de vida del Plan con la esquematización del Modelo de Desarrollo Territorial -MDTF-, lo cual tiene como intermedio la Planificación Estratégica Territorial que aborda la Visión General del Municipio, Ejes de Desarrollo, Objetivos Estratégicos, Objetivos Operativos, Programas y Proyectos; los cuales son los medios que llevarán a alcanzar el MDTF conjuntamente con el compromiso y apoyo de la Unidad Técnica Municipal y la Voluntad Política de las autoridades Municipales Actuales y las Futuras para la sostenibilidad en el tiempo.” (Bárbara A. S., 2010)

1.3. Ubicación Geográfica

1.3.1. Localización y extensión

Santa Bárbara es uno de los 32 municipios que integran Huehuetenango, se localiza al sur del Departamento; cuenta con extensión territorial de 149.5 kilómetros cuadrados, se encuentra asentada en los márgenes de los riachuelos de Chorro y Hierba Buena, a una altura de 2,430 metros sobre el nivel del mar. A una latitud norte de 15°18'40'' y longitud oeste 91°38'05''.

Posee una población total de: 16,983 habitantes para el año 2010, se estima una densidad poblacional de 124 Hab/Km² (MSPAS (2009)), datos que reflejan que el crecimiento poblacional se encuentra moderado en relación con el promedio de densidad poblacional nacional de 103 hab/Km², existe una diferencia de 21 habitantes lo que indica que el municipio aun presenta una densidad alta en comparación a otros municipios vecinos que se encuentra densamente poblados. (Álvarez, 2013)

Otro acceso al Municipio también puede ser a través de la Carretera Interamericana CA-1, por el municipio de Colotenango donde se debe pasar por San Gaspar Ixchil y se continúa por esa

De noviembre a febrero las temperaturas descienden a los 12° centígrados en las diferentes regiones, el viento con una velocidad de 22.53Km/h proveniente del norte con visibilidad de 9.99 Km. La época de verano suele empezar en marzo y culminar en junio, con la entrada de la época lluviosa.

1.3.3. Orografía

Santa Bárbara se encuentra en las tierras altas, con montañas escarpadas que pertenecen a la Cordillera de los Cuchumatanes, en los márgenes de los riachuelos El Chorro y Hierba Buena, reconocidos desde la época colonial. Su territorio es montañoso, sus ramificaciones hacen el suelo irregular, áspero e inconstante. (Amaya, 2005)

1.4. Integración y Alianzas Estratégicas

Dirección Municipal de Protección de la Niñez, Adolescencia y Juventud
DMNAJ- MSPAS

- Capacitación al desarrollo integral de la Juventud, para contrarrestar embarazos a temprana edad.
- Promoción de salud mental.
- Coordinación de acciones contra la violencia sexual de la juventud y la niñez.
- Promoción y prevención de maltrato infantil
- Coordinación de actividades contra la desnutrición.

DMNAJ- SADEGUA

- Fortalecimiento de las redes de protección comunitarias de la niñez, adolescencia y juventud.
- Coordinaciones a nivel departamental, escolar y municipal en el espacio de coordinación de protección de la niñez, adolescencia y juventud.
- Capacitación a promotoras infantiles, comadronas, padres y madres de familia sobre el maltrato infantil.
- Seguimiento a casos de denuncias recibidas.
- Promoción de la DMNAJ ante las demás instituciones vinculadas para la protección de la niñez, adolescencia y víctima.
- Organización de grupos de la juventud.

DMNAJ- MINEDUC

- Encuentros deportivos a nivel municipal con la juventud para fomentar la recreación.
- Festival de bailes folclóricos y populares, de poesía, dibujo, canto y manualidades para fomentar las habilidades de la niñez, adolescencia y juventud.
- Capacitación a docentes, OPF padres y madres de familia sobre el maltrato infantil.
- Talleres a niños y jóvenes sobre leyes que amparan sus derechos y promoción de la DMNAJ.

DMNAJ- MAGA

- Capacitación a promotoras, comadronas y jóvenes sobre la violencia contra la juventud.
- Coordinación de actividades de emprendimiento para la juventud.
- Gestión de proyectos en beneficio de la juventud.

DMNAJ- Tierra Nueva

- Fortalecimiento de las redes de protección comunitarias de la niñez, adolescencia y juventud.
- Talleres a niños y jóvenes, sobre el Marco Jurídico de los derechos de la niñez, adolescencia y juventud entre otros temas de relevancia.
- Gestión de becas educativas para la juventud.

DMNAJ- ASEDE

- Coordinación de actividades de emprendimiento para la juventud.
- Gestión de proyectos en beneficio de la juventud.
- Organización de grupos juveniles.

DMNAJ- SESAN- DMSAN

- Gestión de alimentos para niños con desnutrición y discapacitados.
- Coordinación de actividades emprendimiento para la juventud.
- Coordinación de actividades en beneficio de la niñez a nivel municipal.

DMNAJ- MIDES

- Gestión de becas educativas para la juventud y la niñez.
- Coordinación de actividades de emprendimiento para la juventud.

SALUD

- Coordinación atención a salud femenino y prevención atención de la violencia contra la mujer.

- Coordinación de la DMM referir las mujeres embarazadas para sus controles prenatales respectivo.

SADEGUA

- Coordinación de promover las actividades productivas de las mujeres contribuyendo a su mejor vida.
- Apoyo a las mujeres en situaciones de riesgo mediante la prevención de la violencia en coordinación.
- Fortalecer las capacidades humanas de organización y liderazgo de las mujeres.
- Referencia de los abusos y violación de los derechos de las mujeres.

Tierra Nueva

- Coordinación en apoyar a las mujeres en productiva en las comunidades.
- Referir grupo de mujeres organizados en las diferentes comunidades en donde se tiene cobertura.

ASEDE

- Apoyo a entrega de alimentos en las comunidades del municipio.
- Supervisan a las personas más pobres de las comunidades.

MIDES

- Coordinación en apoyar a las familias de mi bono familia.

MAGA

- Organización de grupo de mujeres en todas las comunidades de municipio.

1.5. Origen e historia

1.5.1. Municipio de Santa Bárbara

El origen de Santa Bárbara se remonta por el siglo XVII, antes de 1690, es mencionado por el cronista Francisco Antonio de Fuentes y Guzmán a su obra “Recordación Florida que fue escrita ese año. Hacia el año 1700 aparece uno de los pueblos de visita de la parroquia de Santa Ana Malacatán (Hoy Malacancito).

El nombre de este municipio fue designado por advocación a la Santa Patrona del Pueblo, Santa Bárbara. La cabecera está ubicada en la sierra de los Cuchumatanes existe como tal desde la época colonial. “Es difícil encontrar su origen, pero su iglesia es colonial por lo que hace suponer que su

asentamiento data de principios de esta. Se considera que fue conquistada por las huestes de don Gonzalo de Alvarado y sometida como todos los territorios que formaban el Reino de Kaibil-Balam.

La Municipalidad ha indicado que los tejidos del Municipio están en el título extendido por el Ejecutivo el 05 de junio de 1888, con extensión superficial de 196 caballerías, 33 manzanas y 3,625 varas cuadradas. No figura bajo esa fecha, ningún acuerdo gubernativo sobre ello.

Según Acuerdo Gubernativo del 12 de mayo de 1904, con presencia de lo manifestado por el Jefe Político de Huehuetenango, el Presidente Constitucional de la República dispuso que Santa Bárbara formara parte de Malacatán, en el mismo departamento. No se ha localizado a la fecha, la disposición del Ejecutivo que lo separa del municipio de Malacatancito nuevamente.

En el límite con San Gaspar Ixchil y San Rafael Pétzal, existía anteriormente una cruz de madera, la cual fue quemada; a partir de allí se le dio el nombre Aldea Cruz Quemada. El 99% de la población pertenece a la etnia Mam, cuya identidad cultural se refleja por sus costumbres y tradiciones heredadas de sus antepasados que lo diferencian de otros pueblos.

Los habitantes del municipio de Santa Bárbara, Huehuetenango, se identifican por el uso del traje típico que especialmente lo conserva, la mujer, caracterizándose por su colorido y estética. La mujer: Anteriormente utilizaba un corte de color azul y el otro color rojo. El de color azul es de rayas verticales y horizontales, mientras que el de color rojo solamente tiene líneas verticales, el cual es elaborado en telares grandes y con hilo de lana común.

El Güipil es de manta blanca que significa pureza, el cual es bordado a mano con figuras en formas de Equis (que significa los cuatro puntos cardinales), rayas (significan el medio ambiente) y Círculos pequeños (el planeta); los colores de estas figuras generalmente son rojo (significa la sangre) y verde (significa la naturaleza). Actualmente la utilización del güipil y el corte típico del municipio ya se ha perdido.

1.5.2. Aspectos culturales y deportivos

“Existen tres fiestas en el Municipio; la primera se celebra el 16 al 18 de febrero en honor a la Virgen de Candelaria, la segunda en el mes de agosto del 22 al 24 para celebrar a la Virgen de Agostina y la tercera del 02 al 04 de diciembre para festejar a la patrona del pueblo de Santa Bárbara.

Para las ferias se acostumbra que el alcalde y la corporación municipal, quemem cohetillos y bombas en cada esquina del pueblo para iniciar las festividades en honor a la Virgen de Santa Bárbara patrona del Municipio.

Las mujeres utilizan un güipil adornado con figuras de la naturaleza y un corte de franjas horizontales, utilizan una faja de color negro o verde en la cintura. En la cabeza usan una cinta de color verde, amarillo o azul. El traje de los varones consta de un pantalón y camisa de color blanco, de cinturón una cintura de color rojo llamada Kal, en la cabeza un sombrero de petate o palma, los trajes ya no son usados por la transculturización y las condiciones de pobreza.

Dentro de los aspectos deportivos más importantes del Municipio, está la práctica del fútbol, existen 12 campos deportivos distribuidos en distintas comunidades”. (Bárbara A. S., 2010)

1.6. Departamentos o Dependencias de la Institución

1.6.1. Concejo Municipal

El Concejo Municipal, está integrado por un alcalde, dos síndicos, y cuatro concejales titulares, estos últimos debidamente organizados en forma jerárquica del uno al cuatro respectivamente, además cuenta con un síndico y dos concejales suplentes, todos debidamente adjudicados y acreditados por el Tribunal Supremo Electoral.

1.6.2. Funciones Del Concejo Municipal

Corresponde con exclusividad el ejercicio del gobierno del municipio, velar por la integridad de su patrimonio, garantizar sus intereses con base en los valores, cultura y necesidades planteadas por los vecinos, conforme a la disponibilidad de recursos.

1.6.3. Organización de Comisiones

En la primera sesión anual el Concejo Municipal, organizará las comisiones que considere necesarias para el estudio y dictamen de los asuntos que conocerá durante todo el año, teniendo carácter obligatorio las siguientes comisiones:

1. Educación, educación bilingüe intercultural, cultura y deportes;
2. Salud y asistencia social;
3. Servicios, infraestructura, ordenamiento territorial, urbanismo y vivienda;
4. Fomento económico, turismo, ambiente y recursos naturales;
5. Descentralización, fortalecimiento municipal y participación ciudadana;
6. De finanzas;
7. De probidad;
8. De los derechos humanos y de la paz;
9. De la familia, la mujer y la niñez;

El Concejal Municipal, podrá organizar otras comisiones además de las ya especificadas y que se consideren necesarias, para la mejor administración municipal, dentro de un marco de modernización administrativa.

Las comisiones asignadas, presentaran al Concejo Municipal, por intermedio de su presidente, los dictámenes e informes que le sean requeridos con relación a los asuntos sometidos a su conocimiento y estudio, proponiendo las acciones necesarias, para lograr la mejor eficiencia en los servicios públicos municipales y la administración en general del municipio.

Las comisiones cuando así cuando las consideren necesario podrán solicitar la asesoría profesional de personas y entidades públicas o privadas especializadas en la materia a que corresponda.

1.6.4. Sesiones del Concejo Municipal

Las sesiones del Concejo Municipal deberán ser presididas, por el alcalde o por el concejal que, legamente le sustituya en el cargo.

Habrán sesiones ordinarias y extraordinarias. Las sesiones ordinarias, se realizarán cuando menos una vez a la semana por convocatoria del alcalde o debidamente establecidas por acuerdo municipal.

Las sesiones extraordinarias se realizarán las veces que sean necesarias a solicitud de cualquiera de los miembros del Concejo Municipal en cuyo caso el alcalde hará la convocatoria correspondiente, de conformidad con lo previsto en el Código y el Reglamento de Organización y Funcionamiento de este.

Las sesiones serán públicas, y privadas cuando así se acuerde y siempre que el asunto a considerar afecte el orden público, o el honor y decoro de la municipalidad o de cualquiera de sus integrantes. También cuando la importancia de un asunto sugiera la conveniencia de escuchar la opinión de los vecinos.

El Concejo Municipal, con el voto de las dos terceras partes del total de sus integrantes, podrá acordar que la sesión se celebra a cabildo abierto, fijando la convocatoria, el lugar día y hora de la sesión.

En estas sesiones del concejo, los vecinos concurran tendrán voz, pero no voto, debiendo todos guardar la compostura, decoro y dignidad que corresponde a una reunión de tal naturaleza, de lo contrario la misma se suspenderá sin responsabilidad del Concejo Municipal.

1.6.5. Presentación Municipal

El alcalde representa a la municipalidad y al municipio; es el personero legal de la misma, sin perjuicio de la representación judicial que se le atribuye al síndico; es el jefe del órgano ejecutivo del gobierno municipal; miembro del Consejo Departamental de Desarrollo respectivo y presidente del Consejo Municipal de Desarrollo.

1.6.6. Atribuciones y deberes de los síndicos y concejales

Los síndicos y los concejales, como miembros del órgano de deliberación y de decisión, tienen las siguientes atribuciones.

- a) Proponer las medidas que tiendan a evitar abusos y corruptelas en las oficinas y dependencias municipales.
- b) Los concejales sustituirán en su orden, al alcalde en caso de ausencia temporal, teniendo el derecho a devengar una remuneración equivalente al sueldo del alcalde cuando ello suceda.
- c) Emitir dictamen en cualquier asunto que el alcalde o el Concejo Municipal lo soliciten. El dictamen debe ser razonado técnicamente y entregarse a la mayor brevedad.
- d) Integrar y desempeñar con prontitud y esmero las comisiones para las cuales sean designados por el alcalde o el Concejo Municipal.
- e) **Los síndicos** representan a la municipalidad, ante los tribunales de justicia y oficinas administrativas y, en tal concepto, tener, el carácter de mandatarios judiciales, debiendo ser autorizados expresamente por el Concejo Municipal, para el ejercicio de facultades especiales de conformidad con la ley. No obstante, lo anterior, el Concejo Municipal puede, en casos determinados, nombrar mandatarios especiales.
- f) Además de las anteriores, también los síndicos, deben cumplir cualquier requerimiento u orden emanada del Ministerio Público, así como representar a dicho órgano cuando así no existiere en el municipio, fiscalía u oficina establecida.
- g) Fiscalizar la acción administrativa del alcalde y exigir el cumplimiento de los acuerdos y resoluciones del Concejo Municipal.
- h) Interrogar al alcalde sobre las medidas que hubiere adoptado en uso o extralimitación de sus funciones, y por mayoría de votos de sus integrantes, aprobar o no las medidas que hubieren dado lugar a la interrogación.
- i) Cumplir con las comisiones asignadas previamente, para el mejor desarrollo de la administración municipal.

1.6.7. Síndico y concejales suplentes

Dentro de la Corporación Municipal existen debidamente adjudicados por la Junta Electoral Departamental de conformidad con las facultades que le otorga el Tribunal Supremo Electoral, la

existencia de Síndico y concejales suplentes, quienes por su naturaleza corresponden específicamente a la suplencia.

Esto que quiere decir que los mismos no están obligados a la asistencia de sesiones municipales y además no les corresponde las decisiones y disposiciones de los titulares que conforman el Concejo en sí.

Sin embargo, los suplentes sustituyen en un momento dado a los titulares cuando así resultare una o varias vacantes, es decir que el síndico suplente, sustituye a cualesquiera de los síndicos titulares en ausencia temporal o en caso de resultar una vacante.

Los concejales suplentes sustituyen y pasan a cubrir las vacantes a que correspondan, como lo establece el artículo 206 de la Ley Electoral y de Partidos Políticos, realizándose el trámite y gestión correspondiente ante el Tribunal Supremo Electoral, para que el mismo ordene la adjudicación respectiva de la vacante corresponda; siendo sus funciones una vez adjudicadas, las mismas de los síndicos o concejales titulares.

1.6.8. Cargo y Funciones del Secretario Municipal

Son atribuciones del secretario, las siguientes:

- a) Elaborar en los libros correspondientes las actas de sesiones del Concejo Municipal y autorizarlas con su firma, al ser aprobadas de conformidad con lo dispuesto en la ley municipal.
- b) Certificar las actas y resoluciones del alcalde o del Concejo Municipal.
- c) Dirigir y ordenar los trabajos de la secretaria, bajo la dependencia inmediata del alcalde, cuidando que los empleados cumplan con sus obligaciones legales y reglamentarias.
- d) Redactar la memoria anual de labores y presentarla al Concejo Municipal, durante la primera quincena del mes de enero de cada año, remitiendo ejemplares de ella al Organismo Ejecutivo, al Congreso de la República, a la Contraloría General de Cuenta y al Consejo Departamental de Desarrollo y a otros medios que correspondan.

- e) Asistir a todas las sesiones del Concejo Municipal. Con voz informativa, pero sin voto, dando cuenta de los expedientes, diligencias y demás asuntos, en el orden y forma que indique el alcalde.
- f) Archivar las certificaciones de las actas de cada sesión del Concejo Municipal.
- g) Organizar, ordenar y mantener el archivo de la municipalidad debidamente clasificado.
- h) Mantener informado tanto al alcalde como al Concejo Municipal de todos los asuntos novedades que se registren.
- i) Recibir, revisar, clasificar, ordenar, providenciar, dar curso cuando proceda a todas las solicitudes que se presenten, dando cuenta inmediata al alcalde o al Concejo Municipal, para su conocimiento y resolución que corresponda.
- j) Realizar el control de oficios remitidos y recibidos, providencias, circulares, citaciones y, otros que se consideren convenientes a sus funciones como tal.
- k) Certificar actas, documentos, resoluciones, expedientes cuando así corresponda, todo ello bajo su estricta responsabilidad.
- l) El Secretario Municipal, en caso de ausencia temporal, licencia o excusa, deberá ser sustituido por el oficial de secretaria que en el orden numérico corresponda. Si no hubiere, el Concejo Municipal, a propuesta del alcalde, hará el nombramiento de quien deba sustituirlo internamente.

1.6.8.1. Oficial I

Tiene las siguientes funciones:

- a) Sustituir en caso de ausencia temporal al secretario, efectuando las mismas funciones, sin perjuicio de lo que en forma directa le corresponde como oficial I de secretaría.
- b) Elaboración de actas, certificaciones, oficios, providencias, circulares, constancias, citaciones y otros que le sean ordenados por el secretario o el alcalde.
- c) Encargado del registro y control de expedientes.
- d) Encargado de las actas administrativas a solicitud de los interesados, y de los síndicos municipales quienes realizan medidas.
- e) Encargado de notificaciones de resoluciones.
- f) Otro que le sean encomendados.

1.6.8.2. Oficial II

- a) Asistencia a la secretaría municipal.
- b) Registros municipales (de COCODES, comités, comisiones, avisos notariales, asociaciones), matriculas de fierros, pesas y medidas, matriculas de fierros, nomenclaturas, transportes y otros que correspondan.
- c) Archivo documentos.
- d) Elaboración de constancias
- e) Elaboración de actas, oficios, mensajes, notas, providencias, constancias, supervivencias y otros que se le encomienden.
- f) Otros que procedan y que previamente se le encomienden.

1.6.8.3. Oficial III

- a) Asistencia a la secretaría municipal.
- b) Suscripción de actas administrativas. (documentos)
- c) Suscripción de Actas de Matrimonios
- d) Archivo de documentos
- e) Asistencia al despacho de la alcaldía municipal.
- f) Otros que se le encomienden.

1.6.9. Director de AFIM (Administración financiera integral Municipal)

Es la dependencia municipal responsable de la administración financiera municipal a través de una eficiencia formulación, ejecución y liquidación del presupuesto, el cumplimiento de las legislación de las recaudación de los impuestos, arbitrios y tasas, así como respaldar adecuadamente todos los egresos conforme a la planificación y el debido registro para la rendición de cuentas a nivel interno y externo tanto a las entidades rectoras como fiscalizadoras y principalmente a población del municipio.

1.6.10. Encargado de presupuesto

La municipalidad, contará con un Encargado de Presupuesto, asignado a la Dirección Financiera Municipal, persona mayor de edad, de nacionalidad guatemalteca, perito contador o contador público o auditor, con conocimientos previo al cargo.

1.6.10.1. Contador

Para el control y operaciones de los ingresos y egresos, corresponde al Contador las siguientes funciones:

- a) Operación de ingresos y egresos.
- b) Control de factura y comprobantes, así como el control de documentos de soporte.
- c) Realizar la contabilidad en general.
- d) Elaboración de planillas, tanto de salarios, como el Instituto guatemalteco de Seguridad Social IGSS, cuotas del Plan de Prestaciones del Empleado Municipal Impuesto sobre la Renta ISR., primas, finanzas y otras que correspondan.
- e) Control del estado de cuentas.
- f) Control de libros autorizados de conformidad con la ley.
- g) Cierre de balance general.
- h) Liquidación y control de inventarios.
- i) Liquidación y control de expedientes de proyectos ejecutados.

1.6.10.2. Receptor

- a) El receptor es el encargado de la recepción de ingresos, provenientes de arbitrios, tasas, contribuciones y otros autorizados, debiendo expedir el comprobante respectivo en los formularios autorizados por la Contraloría General de Cuentas.
- b) Encargado de la actualización de Catastros, de los servicios públicos existentes (agua potable, ornato, mercados, rastros, cementerios, drenajes y otros.)
- c) Encargado de control de talonarios autorizados por la Contraloría General de Cuentas.
- d) Encargado de clasificar u ordenar los codos de los recibos expedidos, para su entrega al contador.

1.6.11. Encargado de almacén

La municipalidad deberá contar con un Encargado de Almacén, preferentemente que sea contador y estará adscrito a la Dirección de Administración Financiera Integral Municipal, quien deberá tener a su cargo un almacén o bodega que le permita el resguardo de materiales, para su control correspondientes, por su naturaleza de valores.

1.6.12. Dirección Municipal de Planificación

De conformidad con el artículo 95 del Código Municipal, el Concejo Municipal. Contará con una Dirección Municipal de Planificación, que coordinará y consolidará los diagnósticos, planes, programas y proyectos de desarrollo del municipio, pudiendo contar con el apoyo sectorial de los ministerios y secretarías de estado que integran el Organismo Ejecutivo.

Es la responsable de producir la información precisa y de calidad requerida para la formulación y gestión de las políticas municipales.

El director (a) deberá ser guatemalteco de origen, ciudadano (a) en el ejercicio de sus derechos políticos y profesionales, o tener experiencia calificada en la materia.

1.6.12.1. Oficial I

En la Dirección Municipal de Planificación, se hace necesario el funcionamiento de una plaza de secretario (a), para cooperar con las actividades de esta, teniendo esta plaza las siguientes funciones:

- a) Auxiliar en todo lo necesario a la Dirección Municipal de Planificación.
- b) Ordenar y clasificar los expedientes de proyectos ya ejecutados.
- c) Ordenar y clasificar los expedientes de proyectos aprobados y en ejecución.
- d) Efectuar y tener en orden el archivo general de la dirección.
- e) Sustituir temporalmente al director (a), por ausencia, permisos o vacaciones, cumpliendo con las obligaciones del titular.
- f) Elaborar Actas, oficios, providencias, notas, citaciones, notificaciones, registros y otros que se le encomienden.

1.6.13. Oficina forestal

La oficina municipal de recursos naturales deberá ser desempeñada por un ingeniero forestal, o en su caso técnico forestal con conocimientos suficientes en la materia, siendo sus funciones, las siguientes:

- a) Está dentro de sus obligaciones la coordinación con el Instituto Nacional de Bosques, “DIGEBOS”, Juzgado de Asuntos Municipales, Dirección Municipal de Planificación, Ministerio de Agricultura y otras gubernamentales y no gubernamentales.
- b) Acatar las disposiciones, acuerdos y ordenanzas del Concejo Municipal.
- c) El control de registros y uso de moto cierras de conformidad con lo establecido en el Decreto número 122-96 del Congreso de la República.
- d) Control y autorización de licencias para tala de árboles de acuerdo con su competencia.
- e) Control y fiscalización de los bosques, ejidos, astilleros, forestación de vertientes, nacimientos parques de carácter municipal y otros que correspondan.
- f) Creación, cuidado, aprovechamiento y control de viveros forestales.
- g) Promover, coadyuvar y cooperar en la creación de proyectos productivos.
- h) Mantener información constante, así como su informe anual, para coadyuvar con la memoria de labores a cargo del Secretario Municipal.

1.6.13.1. Oficial I

Se hace necesaria la creación de auxiliar de la oficina de recursos naturales, por su naturaleza de servicio, teniendo el mismo las funciones siguientes:

- a) Asistente de la oficina.
- b) Auxiliar en todos los programas forestales establecidos.
- c) Archivar los distintos expedientes existentes.
- d) Controlar los viveros forestales y su mantenimiento.
- e) Selección de semillas mejoradas.
- f) Rendimiento de informes.

1.6.14. Oficina Municipal de la mujer

La oficina municipal de la mujer, de conformidad con la legislación establecida, determina la creación de una oficina, que permita la participación de la mujer en todo su género, para su atención capacitación y desarrollo, siendo cubierta por una coordinadora.

1.6.14.1. Oficial I

Funciones:

- a) Auxiliar a la coordinación de la oficina en todas las actividades programadas.
- b) Promover, incentivar y organizar grupos de trabajo, que correspondan a las distintas programaciones.
- c) Sustituir en forma temporal a la coordinadora.
- d) Preparación y elaboración de seminarios, conferencias, charlas y capacitaciones.
- e) Realizar cualquier otra comisión que se le encomiende.

1.6.15. Oficina Municipal de Servicios Públicos

De conformidad con la ley, la municipalidad contará con una oficina específica de servicios públicos, la cual estará a cargo de un coordinador responsable, teniendo las siguientes funciones:

- a) Respetar y cumplir las distintas disposiciones, reglamentos, acuerdos y ordenanzas del Concejo Municipal.
- b) Llevar el registro y control de los distintos servicios públicos existentes y por existir, a través de cardes, catastros y otros que faciliten el mismo.

1.6.16. Bibliotecario (a)

Es la persona indicada, para la atención de la Biblioteca Municipal, la que estará bajo su estricta responsabilidad, con las funciones siguientes:

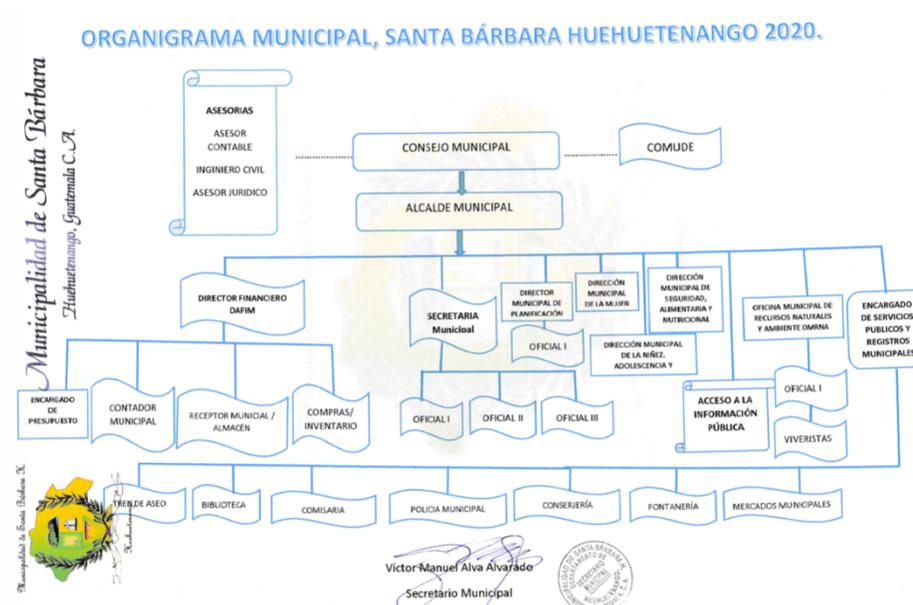
- a) Organizar, clasificar y ordenar los libros existentes a su cargo.
- b) Llevar el inventario de libros, el que deberá estar debidamente actualizado.
- c) Informar y gestionar la adquisición de nuevos ejemplares que permitan alimentar la biblioteca, al servicio del público.
- d) Mantener las existencias al día.

- e) Velar porque los ejemplares existentes se mantengan en buen estado de servicio.
- f) Entregar y recibir los libros proporcionados a los interesados.
- g) Velar porque los libros o materiales no salgan de la sala autorizada.
- h) Velar porque el mobiliario permanezca en buen estado y al servicio de los interesados.
- i) Velar porque se mantenga el mayor silencio necesario en la sala de trabajo, para que no interfiera a los que en ella se encuentran en consultas. Lectura o trabajos para realizar.
- j) Verificar constantemente que los libros estén completos, es decir evitando que se le extraigan hojas o que se le causen alteraciones.
- k) Informar en el momento oportuno de cualquier novedad que resultare.
- l) Cuidar celosamente el área que le corresponde como tal.

1.6.17. Unidad de Acceso a la Información Pública

De conformidad con la Ley de Acceso a la Información Pública Decreto 57- 2008 del Congreso de la República de Guatemala, la municipalidad contará con una Unidad específica y que se encargue de todo lo relacionado con el Acceso a la Información Pública, la cual estará a cargo de un encargado, teniendo las siguientes funciones.

1.7. Organigrama



1.8. **Misión**

Ser una entidad autónoma que invierte fondos municipales hacia el bienestar de los habitantes a través de la ejecución de proyectos que contribuyen con la equidad de género y la calidad de vida de las familias del municipio.

1.9. **Visión**

La población de Santa Bárbara H., goza de un bienestar integral a través de la dotación de bienes y servicios básicos de calidad por medio de la gestación, promoción y ejecución de planes, políticos, programas y proyectos enfocados al desarrollo económico local sustentable que mejora su nivel de vida.

1.10. **Objetivos institucionales**

1.10.1. **Objetivo general**

Contar con un instrumento de planificación con enfoque territorial y participativo que recoge la problemática social, económica, ambiental e institucional del municipio y, de forma priorizada, provea de la orientación estratégica necesaria para alcanzar la superación de los ODM; así como, el conocimiento social de lo local, el acondicionamiento básico y la instrumentación para la institucionalización de enfoques de racionalidad sustentable frente a las amenazas naturales, el manejo integral de los recursos hídricos y la adaptación al cambio climático.

1.10.2. **Objetivo específico**

- a. Orientar las prioridades de inversión pública, privada y de cooperación internacional con ideas de proyectos que respondan a las necesidades priorizadas territorialmente de manera consensuada.
- b. Sentar bases de conocimiento social amplio de la problemática territorializada y de sus propuestas de solución, así como establecer mecanismos mensurables y participativos de monitoreo de cumplimiento del PDM.

- c. Plantear las bases de conocimiento local para avanzar en el diálogo sobre las necesidades de ordenamiento territorial, gestión del riesgo y manejo integrado de recursos hídricos en el municipio.
- d. Proveer un instrumento que contribuya a fortalecer las relaciones intermunicipales en la gestión de soluciones a problemas comunes en los niveles departamental y regional como parte del Sistema Nacional de Planificación.

1.11. Público objetivo

La alcaldía Municipal de Santa Bárbara, Huehuetenango, que laboren en ella, entre hombres y mujeres y también a todas aquellos que tengan nexos con está, para poder establecer una comunicación y poder obtener resultados específicos de nuestro diagnóstico.

1.11.1. Posicionamiento

Cuentan habilidades de reunir, cooperar y desarrollar programas adecuados en su área de trabajo, pero se les dificulta al momento de seguirlos por largo tiempo, falta de seguimiento ante este tipo de programas que facilitarían el desarrollo económico, salud, educación, seguridad y bienestar que sirven de ayuda al Municipio.

1.11.2. Segmentación

Es un grupo de personas entre hombres y mujeres, entre 25 a 45 años, que laboran en diferentes departamentos que conforma la Alcaldía Municipal, en la cual desempeñan cargos que ayudan al desarrollo del Municipio de Santa Bárbara, Huehuetenango.

1.11.3. Perfil Socioeconómico

Son personas que se desarrollan de manera humilde, no cuentan con productos o marcas ostentosas, quiere decir que reciben un sueldo según su cargo y lo invierten en cosas esenciales.

1.11.4. Perfil demográfico

Se desarrollaron en una comunidad humilde sin tanto costo alguno, viviendo de manera adecuada y útil según sus necesidades y sus capacidades.

1.11.5. **Perfil económico**

En la tabla de desarrollo humano, se encuentran en un nivel B/C, esto quiere decir que tienen un salario mínimo y algunos tienen familias que ayudar.

1.12. **Diagnóstico**

El diagnóstico es un elemento que ayuda a analizar a los productos, bienes y servicios, instituciones públicas y privadas y demás. Es un proceso que ayuda a realizar proyectos y demás productos que necesita recolectar datos exactos e identificar las fallas que se tiene.

Según (Designificados, 2020) explica que un diagnóstico se refiere a una forma de estudio que se lleva a cabo para conocer las tendencias y aspectos de una situación, lugar o cosa.

Esto quiere decir que un diagnóstico nos sirve también para contextualizarnos en qué situación se encuentra el objeto que estamos en el proceso de estudio, y cuáles son las condiciones en las que se encuentran y si obtendremos resultados satisfactorios.

1.12.1. **Objetivo del Diagnóstico**

Los problemas que tiene estancada la Alcaldía Municipal de Santa Bárbara, para que se desarrolle de manera equitativa en cada una de sus departamentos implementados dentro de la institución y que solo se realizan planes que son a corto plazo y no ven más allá de capacitaciones y de la implementación de programas que tengan resultados tanto a corto, mediano y largo plazo para el desarrollo equitativo que se pueda dar dentro de la Alcaldía como fuera de ella y poder tener un crecimiento del Municipio en general.

Es en la medida de las posibilidades sería la implementación de un departamento de comunicación dentro de la Alcaldía de Santa Bárbara, Huehuetenango para el fortalecimiento tanto interno como externo de la institución y poder crear nuevas relaciones interinstitucionales para el Municipio y que haya un poco de crecimiento en varios sectores que se podrían incrementar fortaleciendo un poco la comunicación de esta institución de manera simple y eficaz.

Se podría abarcar en más que implementar un departamento de comunicación en donde se podrían realizar las bases para la creación de lazos interinstitucionales dentro del municipio y así de esta manera que se inicie a trabajar en una sola línea los programas y no de manera independiente cada institución y departamento que existente dentro del municipio y en la alcaldía.

1.12.2. Objetivo General

- Evaluar el sistema de comunicación para poder solucionar problemas tanto en el interior y exterior de la alcaldía de Santa Bárbara, como lo es el COVID-19.

1.12.3. Objetivo Específico

- Analizar los problemas que se han generado por el COVID-19 en la comunicación de la alcaldía hacia sus habitantes.
- Examinar las medidas de comunicación adecuadas para implementar en la alcaldía, cada vez que haya problemas que interrumpan los canales de comunicación dentro y fuera de la alcaldía.
- Establecer los canales de comunicación utilizarán para la Alcaldía Municipal de Santa Bárbara, Huehuetenango.

1.13. Tipos de investigación

Es un grupo de métodos que ayudan a conocer un problema a profundidad que genera una diversidad de nuevos conocimientos en el área que se esté desarrollando.

Se clasifican en diferentes tipos:

- **Investigación teórica:** tiene como objetivo generar conocimientos sin importar su aplicación práctica.
- **Investigación aplicada:** encontrar estrategias que puedan ser empleadas en el abordaje de un problema específico. En esta se derivan dos:
- **Investigación aplicada tecnológica:** genera conocimientos que pueden ponerse en práctica en el sector productivo con el fin de dar un impacto en la vida cotidiana.

- **Investigación aplicada científica:** miden ciertas variables que pronostican el comportamiento de cierto grupo de bienes y servicios y su viabilidad.
- **Investigación explorativa:** es desconocido o sobre algo que no se ha investigado con anterioridad.
- **Investigación cualitativa:** en esta suelen hacerse entrevistas con preguntas abiertas y la observación suele ser participativa.
- **Investigación cuantitativa:** utiliza herramientas de matemáticas, estadísticas e informáticas para lograr medir los logros que permiten desarrollar conclusiones generalizadas que se puedan proyectar en el tiempo.
- **Investigación experimental:** es un fenómeno que en su variable suelen ser manipulados en condiciones controlados y suelen hacerse en grupos y según sean los lineamientos del método científico.
- **Investigación no experimental:** son variables que no suelen ser controladas y el análisis se basa mediante la observación en un contexto natural.
- **Investigación cuasi experimental:** llega a hacer casi totalmente experimental, en grupos de estudio se eligen casi al azar, en un lugar para medir la efectividad de cada grupo que integra cada institución.
- **Investigación deductiva:** explica a partir de leyes generales que apuntan hacia conclusiones particulares por lo general son cosas demasiado lógico y directo en su manera de dar su estudio.
- **Investigación hipotética-deductiva:** se observa una realidad para luego crear una hipótesis y por último se aplica la deducción para obtener una conclusión y finalmente se verifica o se descarta la hipótesis.
- **Investigación longitudinal:** es el seguimiento de un evento, individuo o grupo durante un período claramente definido para observar los cambios constantes que tienen.
- **Investigación transversal:** se observa para los cambios ocurridos en los fenómenos individuos o grupos durante un momento concreto con la finalidad de ver los cambios emocionales que atraviesan más que todo se da en colegios y universidades.

1.13.1. Enfoque

Un enfoque suele formar parte de una investigación que ayuda al investigador a llegar al objetivo de su estudio.

Existen diferentes tipos de enfoques que ayudan a la investigación recolección de datos más precisos, entre ellos están: el enfoque cualitativo, enfoque cuantitativo y el enfoque mixto. Cada uno de ellos ayudan a concretar y delimitar problemas que se evidencian en la institución

El enfoque cualitativo es aquel que ayuda a alcanzar un análisis sistemático de la información de una manera más subjetiva, parte de las ideas y opiniones sobre determinados acontecimientos, este va de lo particular a lo general.

Enfoque cuantitativo traza una hipótesis que luego la somete a mediciones numéricas para que den resultados estadísticos, logra comprobar su hipótesis por medio de análisis cuantitativos.

El enfoque mixto es la unión de los dos enfoques anteriores y los cuales hacen que la investigación quede sustentada estandarizados e interpretativos, esta da una recolección de datos más precisa.

Según (Yanez, 2013) explica que un enfoque ayuda a obtener más datos del comportamiento del objeto a investigar o que está siendo investigado y que ayuda a definir qué tipo de enfoque es el adecuado para cada investigación.

1.14. **Técnicas de Recolección de datos**

Es el proceso que resulta de recolectar, reunir, recoger o cosechar algún tipo de dato que hace parte de una información que permite generar un cierto conocimiento, quiere decir que la recolección de datos es una actividad que ayuda a reunir datos de información precisa en un contexto estudiado.

1.14.1. Técnicas

Esta será una de las técnicas que se estarán utilizando durante la investigación:

Según (Bunge, 2004, pág. 591) “la observación es todo un procedimiento que es básico en el ser humano, en tanto a la experimentación, al mismo tiempo se están realizando sin precisión cuantitativa, el cambio constante de los valores de ciertas variables. Esto con el objetivo de que la observación se forme de manera natural con un hecho actual”.

Se mostrará mediante el contacto que se obtuvo en los meses de febrero y marzo que se logró hacer un poco de inserción con un poco del personal de la alcaldía y poder detectar problemas, fenómenos, crisis, acciones, casos y objetivos.

Según (Sampieri, 2014, pág. 421) una entrevista debe ser todo un proceso reflexivo en donde se pueda recolectar datos, precisos cuidando cada detalle y cada manera de responder de la persona que está siendo entrevistada, ahí se pueden reflexionar muchas situaciones que pasan a simple vista, pero por no analizarlas a profundidad no nos damos cuenta.

Esta técnica facilitará la recopilación de datos, donde los entrevistados, podrán mostrar y dar sus experiencias de una manera clara y se puedan despojar de cierta forma los prejuicios que con este lleve.

1.14.2. Instrumentos

Son herramientas que ayudan al investigador que está en proceso de recopilación de datos de un objeto a tener mejores resultados.

Según (investigación, 2014) es la recolección de datos que más son utilizados para una investigación científica y entre ellas utiliza una serie de le ayudan a enriquecer su investigación como: encuesta, entrevista y la observación.

Para la realización de la presente investigación, está apoyándose, de diversos instrumentos que se utilizaran para poder recabar información necesaria para el desarrollo de esta: Fichas

bibliográficas, de resumen, de análisis y de comentarios, para poder realizar resúmenes en los cuales se puedan recabar información, la anotación de la investigación, el registro de datos y descripción de algún autor.

1.14.3. Observación

La observación es una conducta en las estrategias flexibles del método científico, en la cual se pretende describir, codificar, cuantificar y analizar el comportamiento que se quiere evaluar.

Los tipos de observación participativa, existe de una iniciativa del observador sobre lo observado, casi como sucede en una entrevista, pero tratando de evitar que colisione con la ausencia de reactividad. Tiene cierto sesgo de expectativa, pero disminuye la reactividad y tiene una mayor accesibilidad al sujeto observado. (Pico, 2017)

1.14.3.1. Tipos de observación

- Observación simple o no estructurada: es aquella en la que el investigador se limita a describir los datos que obtiene de su propia indagación.
- Observación sistemática o estructurada: se basa en una estructura más específica que en la observación simple.
- Observación participativa o interna: se involucra por completo con su objeto de estudio.
- No participativa o externa: se refiere a aquella en la que el investigador se mantiene al margen del objeto de estudio.
- Observación individual: en esta solo participa el investigador y tiene la tarea de observar detenidamente al objeto de estudio, registrar los datos recopilados de dicha observación y realizar el posterior análisis propio de una investigación.
- Observación grupal: varios investigadores, quienes observan distintas fases o aspectos del objeto de estudio y, posteriormente, comparten los resultados obtenidos, que son complementarios entre sí.

1.14.3.2. Lo observado en la Alcaldía Municipal de Santa Bárbara

Lo observado en la Alcaldía Municipal de Santa Bárbara, Huehuetenango, se han visto afectado al momento de transmitir ideas, pensamientos, proyectos, planes, programas que se deben ejecutar en el municipio, esto debido a varios factores que influyen en la misma alcaldía.

Comunicación entre los diferentes departamentos de la Alcaldía Municipal, se torna un tanto marcada de distanciamiento, esto debido a que muchos colaboradores que están asignados en sus puestos aun no comprenden los derechos y obligaciones que requiere cada uno de ellos.

La falta del dominio del idioma español, porque su idioma materno es el Mam, y esto hace que se produzca una barrera comunicacional, entre las instituciones que laboran en el municipio conjunto con la alcaldía, y estos no comprenda de manera equitativa todo el proceso que llegan a desarrollar dichos programas.

El poco seguimiento de programas de emprendimiento que se desarrollan dentro de la alcaldía para el municipio pueda generar sus propios ingresos y poder ser familias con un sustento un poco más amplio y favorecedor para sus familias, es lo que ha ido estancando al municipio, por la poca inversión en motivar a las personas a seguir desarrollando y creciendo de esta manera.

El desinterés de los jóvenes por tener una mejor educación es el inicio de querer emigrar hacia los Estados Unidos por mejores salarios en casi todas las situaciones, es a lo que aspiran muchos habitantes del Municipio de Santa Bárbara, porque no encuentran un mejor futuro que emigrar y quedarse para prepararse en profesionales.

La inversión que se da a los sectores de salud, infraestructura, educación, servicios públicos y demás es tan baja que cada vez está siendo que el Municipio de Santa Bárbara, crezca en desnutrición, desarrollo, educación, salud, etc.; todo esto conlleva el desarrollo de un municipio de manera equilibrada.

Poca determinación en el cumplimiento y desarrollo de proyectos que se ejecutan, pero no se llevan a la culminación en educación, salud y desarrollo, provoca un desinterés a nivel del Municipio.

Ante la problemática que surgió por el COVID-19, lograron solventar su manera de trabajo mediante que la alcaldía funcionaria por medio de bloques, ciertos días llegan unos departamentos y así sucesivamente, esto para evitar contagios y aglomeraciones.

También se instaló en el primer nivel un lugar apropiado para resolver casos de actas notariales si los habitantes del municipio lo solicitaran.

La ficha de observación participativa es la siguiente:

Observador: Maria de los Angeles Ponce Sosa.

Lugar: Alcaldía Municipal de Santa Bárbara, Huehuetenango.

Fecha: 19.02.2020 al 13.03.2020.

Preguntas	Si	No	A veces
¿Existe comunicación interna de la municipalidad?			X
¿Les afecto la manera de trabajar en la municipalidad la COVID-19?	X		
¿Trabajan con instituciones dentro de la alcaldía municipal?	X		
¿Creen que es funcional la comunicación interna y externa?	X		
¿Les ha costado darse a entender el desarrollo de ciertos programas que se pretenden implementar?	X		
¿De qué manera el idioma Mam es un impedimento para su desarrollo?			X
¿Tienen conflicto con el desarrollo de programas, planes y demás productos o servicios que las instituciones llegan a implementar?	X		

En la Alcaldía Municipal de Santa Bárbara, trabajan de independiente cada uno de los departamentos que están implementados en ella. Esto quiere decir que dan los programas para desarrollar como alcaldía, pero no los conectan entre sí, tan solo los desarrollan y a veces los ejecutan a la mitad y pierden el interés en ellos por motivos de no ver resultados inmediatos.

Actualmente por la pandemia que está siendo víctima el país, están laborando por bloques, esto quiere decir que por secciones llegan a trabajar cada día cada departamento a la alcaldía, esto adaptado a su manera de afrontar la pandemia.

1.14.3.3. Actitud pasiva

Falta de canales comunicacionales de manera interna como externa, para poder fortalecer a la institución.

1.14.3.4. Actitud activa

Actualmente se implementó una página de *Facebook*, en la cual se pretende fortalecer la gestión municipal y por este medio mantener informado a los habitantes del municipio respecto a cualquier noticia relevante que este sucediendo con respecto a la COVID-19 que fuera dentro del municipio para tenerlos más informados.

1.14.4. Documentación

Información recaba de la Alcaldía Municipal de Santa Bárbara, se encuentra en un PDM elaborado en el año de 2011 (Bárbara A. S., 2010) en el cual pone en contexto a las personas para lograr informarse de todos los proyectos a desarrollar, el desarrollo que tiene y demás.

Así mismo, le informa como es el desarrollo de las personas, como son sus ingresos y egresos, cuáles son las principales fuentes de trabajo y demás, la educación, salud y vivienda en la que se encuentra el Municipio.

Los resultados basados en la observación participativa que se llevó a cabo en la Alcaldía Municipal de Santa Bárbara en los meses de febrero y marzo que nos demostraron lo siguiente:

Comunicación Interna	Falta de departamento de comunicación: Produce que existan más barreras comunicacionales, en cuestiones de organización, planificación y desarrollo dentro de la institución
Comunicación Externa	Poca y limitada interacción de la Alcaldía Municipal hacia las instituciones que laboran en el Municipio en cuestiones de desarrollo.

Fuente: elaboración propia.

1.14.4.1. Entrevista de Profundidad

La presente entrevista de profundidad se realizó por medio de un formulario de *Google* para poder distribuir la entrevista a distancia debido a la pandemia que se está viviendo, esto con la elaboración de preguntas redactadas conforme lo previamente observado y que nos dé resultados certeros que ayuden al desarrollo del plan de estrategia comunicacional adecuado con sus necesidades, amenazas y debilidades y lograr fortalecerlas.

<p>Entrevista a: Departamento Forestal Objetivo: Conocer las problemáticas de comunicación dentro de la alcaldía. Interrogado/a: Ernesto José López Samayoa. Fecha: 17.07.2020. Entrevistadora: estudiante en comunicación.</p>	<p>Entrevista a: Departamento de información pública. Objetivo: Identificar las problemáticas que tiene la alcaldía con respecto a comunicación. Interrogado/a: Everardo Gómez García. Fecha: 14.07.2020. Entrevistadora: estudiante en comunicación.</p>
<p>Entrevista a: Bibliotecario. Objetivo: Conocer las problemáticas de comunicación dentro de la alcaldía. Interrogado/a: Dalila Gómez Sánchez. Fecha: 30.07.2020. Entrevistadora: estudiante en comunicación.</p>	<p>Entrevista a: Secretaria. Objetivo: Conocer las problemáticas de comunicación dentro de la alcaldía. Interrogado/a: Víctor Manuel Alva Alvarado. Fecha: 30.07.2020. Entrevistadora: estudiante en comunicación.</p>
<p>Entrevista a: Síndico. Objetivo: Conocer las problemáticas de comunicación dentro de la alcaldía. Interrogado/a: Waldemar Cinto Sánchez. Fecha: 30.07.2020. Entrevistadora: estudiante en comunicación.</p>	<p>Entrevista a: director de AFIN. Objetivo: Conocer las problemáticas de comunicación dentro de la alcaldía. Interrogado/a: Otto Rolando Sánchez Gómez. Fecha: 30.07.2020. Entrevistadora: estudiante en comunicación.</p>
<p>Entrevista a: Contador. Objetivo: Conocer las problemáticas de comunicación dentro de la alcaldía. Interrogado/a: Oscar Leonel Palacios Palacios. Fecha: 30.07.2020. Entrevistadora: estudiante en comunicación.</p>	<p>Entrevista a: Dirección de planificación. Objetivo: Conocer las problemáticas de comunicación dentro de la alcaldía. Interrogado/a: Julio César Pérez Pablo. Fecha: 30.07.2020. Entrevistadora: estudiante en comunicación.</p>
<p>Entrevista a: Oficina Municipal de la mujer. Objetivo: Conocer las problemáticas de comunicación dentro de la alcaldía. Interrogado/a: Elsa Floridalma Pérez S. Fecha: 30.07.2020. Entrevistadora: estudiante en comunicación.</p>	<p>Entrevista a: Oficina Municipal de Servicios Públicos. Objetivo: Conocer las problemáticas de comunicación dentro de la alcaldía. Interrogado/a: Wuelmer Rafael Gerónimo Pérez. Fecha: 27.07.2020. Entrevistadora: estudiante en comunicación.</p>

Fuente: elaboración propia.

1.14.4.2. Encuestas

Hablar de encuesta se podría decir que es una recolección de datos por medio de una serie de preguntas elaboradas con el fin de identificar una serie de problemas que se han observado previamente o se han encontrado por lo que han mencionado las personas para contextualizar a la persona.

Según (Significados, 2017) dice que es un instrumento que sirve para la investigación social que suele aplicarse donde se tiene un acceso directo con los individuos que forman parte de la población que será previamente estudiada.

1.14.4.3. Población

Trabajadores de la alcaldía de Santa Bárbara, que se encuentran a cargo de diferentes departamentos que están implementados en ella, ya que ellos pueden mostrar la realidad de lo que sucede tanto dentro y fuera de la institución en relación con los lazos que se tienen con las instituciones. Es un total de 48 servidores públicos que laboran dentro de la alcaldía incluyendo a la corporación municipal.

Se estaría seleccionando a una persona por departamento y de la corporación municipal se tomarían a los 9, ya que ellos son los que visualizan de primera mano cada uno de los problemas que se desarrollan tanto dentro como fuera de la municipalidad.

1.14.4.4. Muestra

Cada departamento cuenta de uno a dos personas trabajando, se abarcarían de uno a dos personas por departamento, para poder identificar más problemas o encontrar la realidad de cada uno de ellos y que se puedan resolver de cierta manera.

Muestra Simple:

$$Z_{\alpha}^2 = \text{Nivel de Confianza del } 95\% = 1.95$$

$$p = \text{Variabilidad negativa de } 20\% = 0.2$$

$$q = \text{Variabilidad Positiva } 80\% = 0.8$$

$$d = \text{Error} = 0.05$$

$$N = \text{Tamaño de Población} = 25 \text{ personas}$$

$$n = \text{Tamaño de Muestra} = 47.6448 \cong 25 \text{ personas}$$

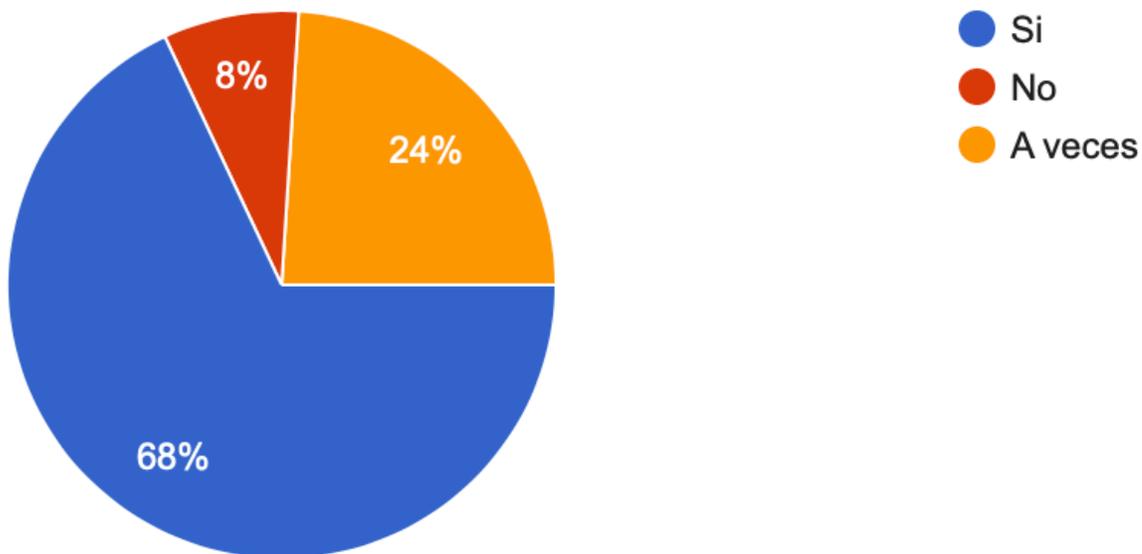
$$\frac{Z_{\alpha}^2 * N * q * p}{d^2 * (N - 1) + (Z_{\alpha}^2 * q * p)} = n$$

$$\frac{1.95^2 * 25 * 0.2 * 0.8}{0.05^2 * (25 - 1) + (1.95^2 * 0.2 * 0.8)} = 47.6448 \cong 25 \text{ personas}$$

1.15. Interpretación de resultados (Gráficas)

Gráfica No.1

¿Cree que es eficiente la comunicación que se maneja en su departamento?



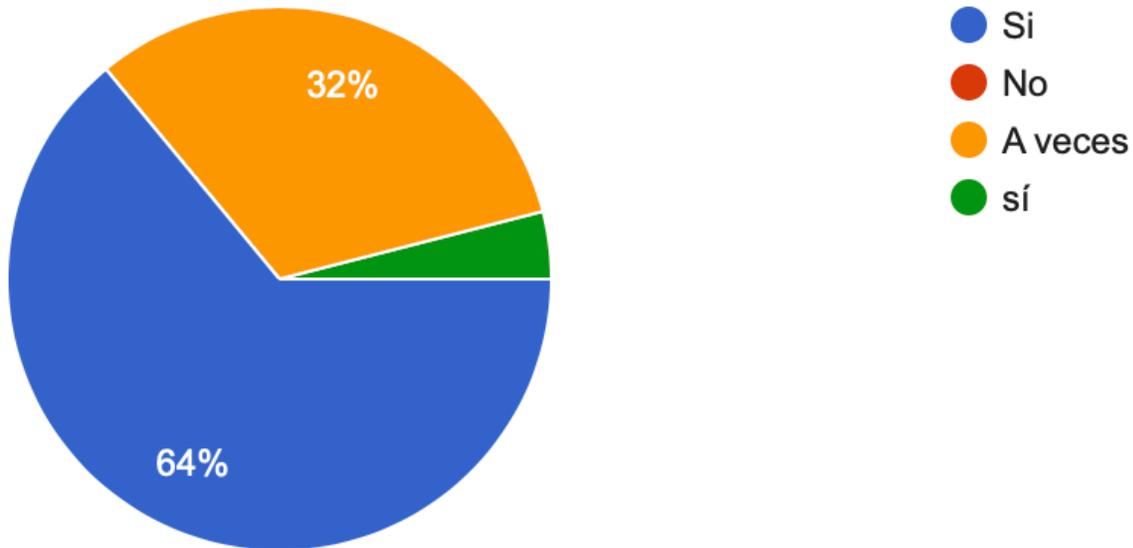
Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Si	17	68%
No	2	8%
A veces	6	24%

Fuente: Google Forms- elaboración propia.

Explicación: se encuestaron a 25 personas, encargadas de cada departamento de la Alcaldía en el cuál dio como resultado que el 68% mostro que sí existe una comunicación eficiente en cada uno de sus departamentos, el 24% fue un resultado que a veces suele existir una buen comunicación y tan solo un 8% arrojó que no, esto quiere decir que en cada uno de los departamentos de la Alcaldía si existe una buena comunicación dentro de cada departamento pero en ocasiones suelen tener inconvenientes en algunas circunstancias.

Gráfica No.2

¿Existe comunicación interna en la Municipalidad entre cada departamento?



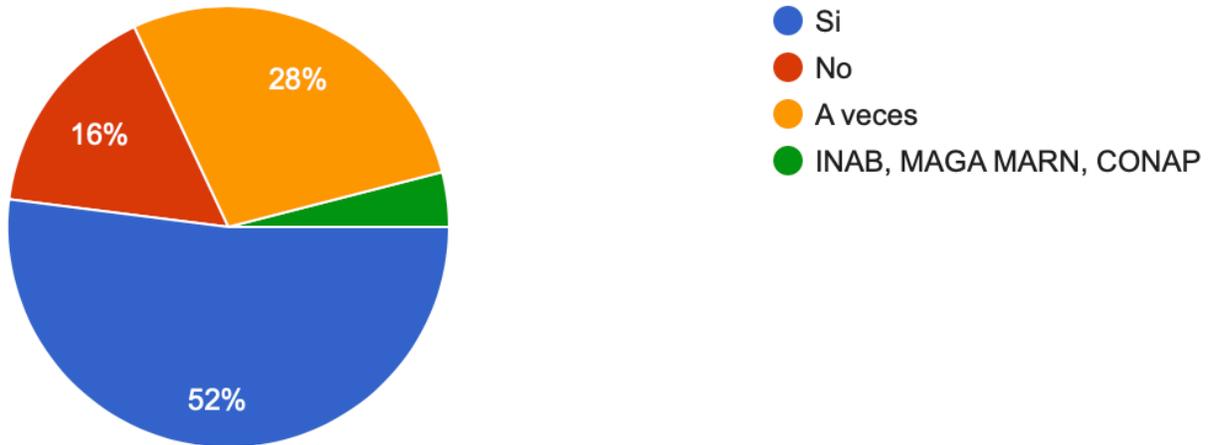
Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Si	17	64%
No	-	-
A veces	8	32%

Fuente: Google Forms- elaboración propia.

Explicación: se encuestaron a 25 personas encargadas de cada departamento existente de la Alcaldía en la cuál un 64% que sí tienen una buena comunicación interna en la institución, en el 32% mostró que a veces suele existir comunica interna, lo que logramos detectar que con estos resultados es que se debe reforzar la comunicación interna para que sea siempre una comunicación eficiente y clara entre cada uno de los departamentos.

Gráfica No.3

¿Trabajan con instituciones dentro de su departamento?



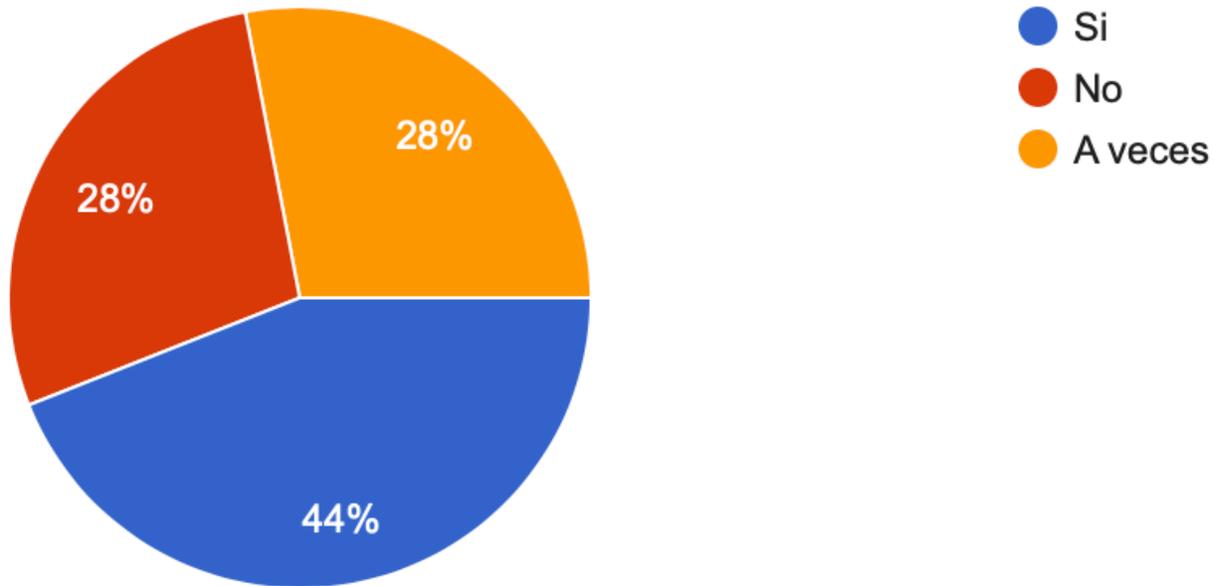
Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Si	13	52%
No	4	16%
A veces	7	28%
INAB, MAGA, MARN, CONAP	1	4%

Fuente: Google Forms- elaboración propia.

Explicación: se encuestaron a 25% personas encargadas de cada uno de los departamentos de la Alcaldía, en los cuales demostró que el 52% si trabaja con instituciones, el 28% a veces suelen trabajar, el 16% que no y un 4% mostró las instituciones con las que trabaja directamente, esto muestra que la mayoría de los departamentos tienen proyectos con instituciones para lograr tener un desarrollo del Municipio en general.

Gráfica No.4

¿Le ha costado desarrollar algún proyecto por falta de comunicación?



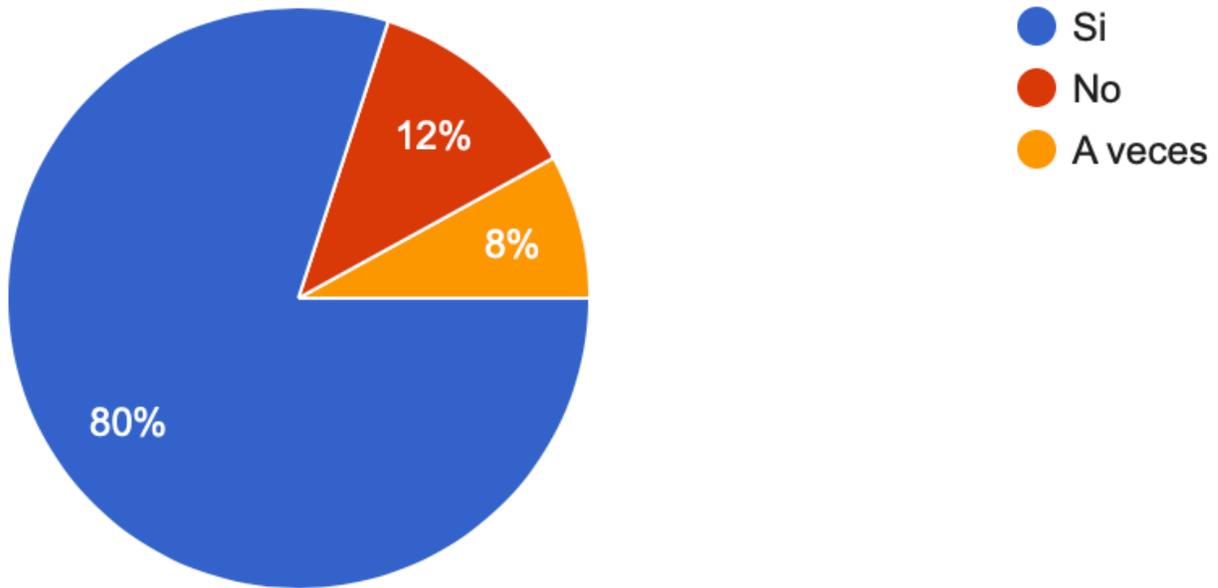
Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Si	11	44%
No	7	28%
A veces	7	28%

Fuente: Google Forms- elaboración propia.

Explicación: se encuestaron a 25% personas encargadas de cada departamento de la Alcaldía, en la cuál mostro el 44% si le cuesta desarrollar proyectos por falta de comunicación, el 28% no le suele afectar y el otro 28% a veces suele tener dificultad para desarrollar algún proyecto, lo que esto demuestra es que en ocasiones no suelen entender el contexto o la línea de trabajo que se elaborara dicho proyecto a desarrollar por falta de comunicación entre los integrantes de cada uno de los proyectos.

Gráfica No.5

¿Cree que la Alcaldía necesita un Departamento de Comunicación?



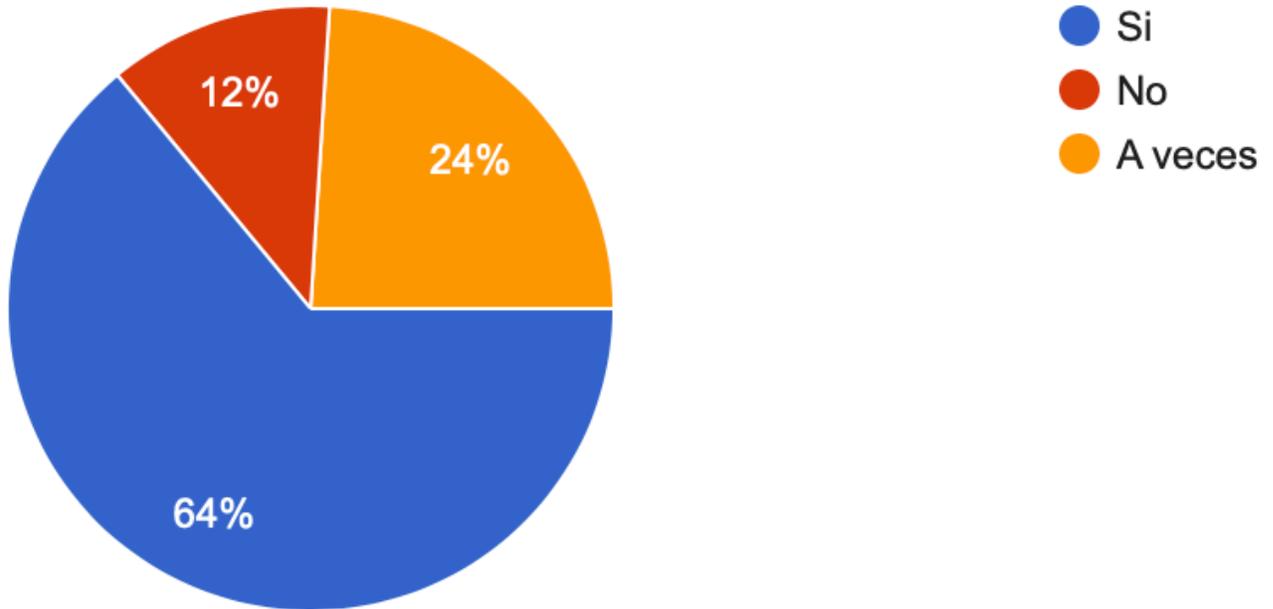
Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Si	20	80%
No	3	12%
A veces	2	8%

Fuente: Google Forms- elaboración propia.

Explicación: se encuestaron a 25 personas encargados de cada departamento de la Alcaldía en la cuál mostró que el 80% que, si necesita un departamento de comunicación, el 12% no lo necesita y el 8% a veces, lo cuál demuestra que, si es necesario en un futuro la implementación de un departamento de comunicación, para lograr mejorar la comunicación tanto interna como externa y también para el fortalecimiento en la gestión Municipal.

Gráfica No.6

¿Ha tenido inconvenientes a la hora de solucionar un problema por falta de comunicación?



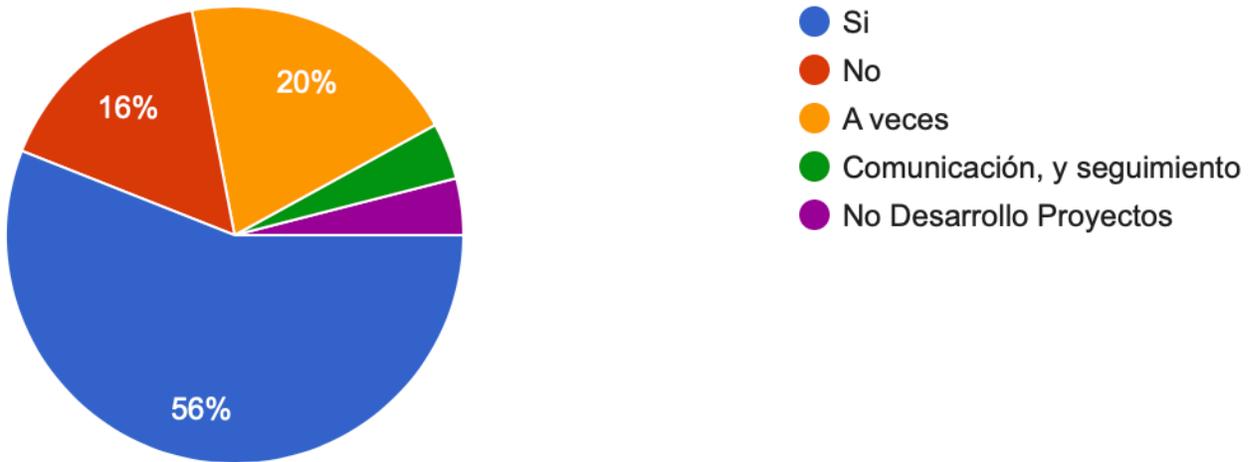
Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Si	16	64%
No	3	12%
A veces	6	24%

Fuente: Google Forms- elaboración propia.

Explicación: se encuestaron a 25 personas encargadas de cada departamento de la Alcaldía en los cuáles mostró el 64% que sí han tenido inconvenientes en lograr solucionar problemas por la falta de problemas, el 12% que no y el 24% que a veces suelen tener inconvenientes para resolverlos, por lo que, si tiene problemas para lograr solucionar problemas por falta de comunicación, lo que nos demuestra que se debe reforzar la comunicación en la institución.

Gráfica No.7

¿Cree usted que ha tenido problemas al desarrollar un proyecto por falta de comunicación tanto interna como externa en la Municipalidad?



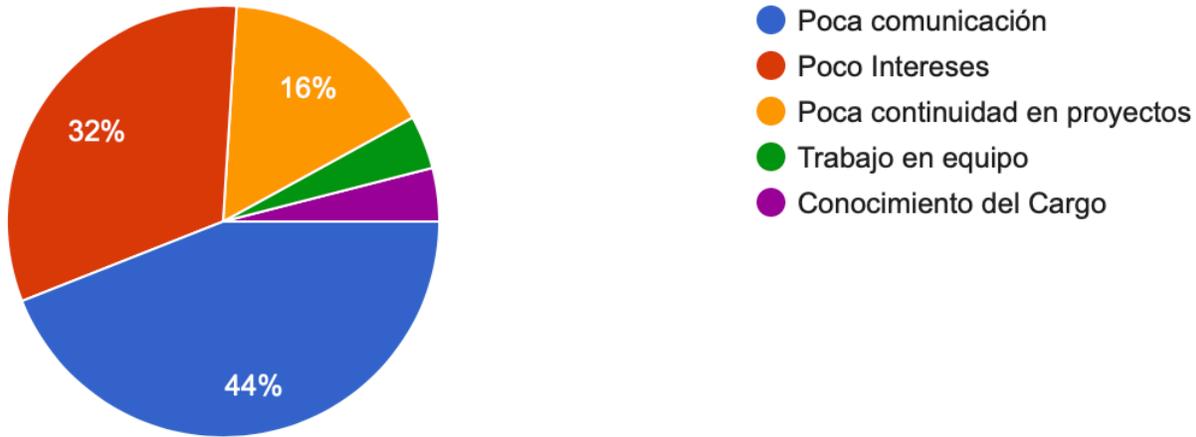
Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Si	14	56%
No	4	16%
A veces	5	20%
Comunicación y seguimiento	1	4%
No desarrolla proyectos	1	4%

Fuente: Google Forms- elaboración propia.

Explicación: se encuestaron a 25 personas encargadas de cada departamento de la Alcaldía en la cual el 56% que si han tenido problemas para desarrollar proyectos por falta de comunicación interna y externa en la Municipalidad, el 16% que no los han tenido, el 20% a veces, un 4% por falta de comunicación y seguimiento, y otro 4% que no suele desarrollar proyectos, lo cuál se logra detectar que se tiene problemas tanto interno y externos en comunicación y deben ser reforzados y crear algunos que sirvan para mejorar la comunicación.

Gráfica No.8

¿Cuál cree usted que son las debilidades o amenazas que tiene la alcaldía?



Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Poca comunicación	11	44%
Poco interés	8	32%
Poca continuidad en proyectos	4	16%
Trabajo en equipo	1	4%
Conocimiento del cargo	1	4%

Fuente: Google Forms- elaboración propia.

Explicación: se encuestaron a 25 personas encargadas de cada departamento existente en la Alcaldía lo que mostro que el 44% por poca comunicación, el 32% por poco interés, el 16% por continuidad en proyectos, el 4% el trabajo en equipo, y el otro 4% por conocimiento al cargo, lo que muestra es que la institución tiene debilidades y amenazas por poca comunicación, el interés, continuidad en los proyectos a desarrollar, el trabajo en equipo, lo que hay que reforzar es la seguridad de cada uno de los trabajadores de los departamentos para que logren tener mejores resultados para la institución y el Municipio de Santa Bárbara en cuestiones de desarrollo de proyectos.

Gráfica No.9

¿Cree usted que tienen buena comunicación con las instituciones?



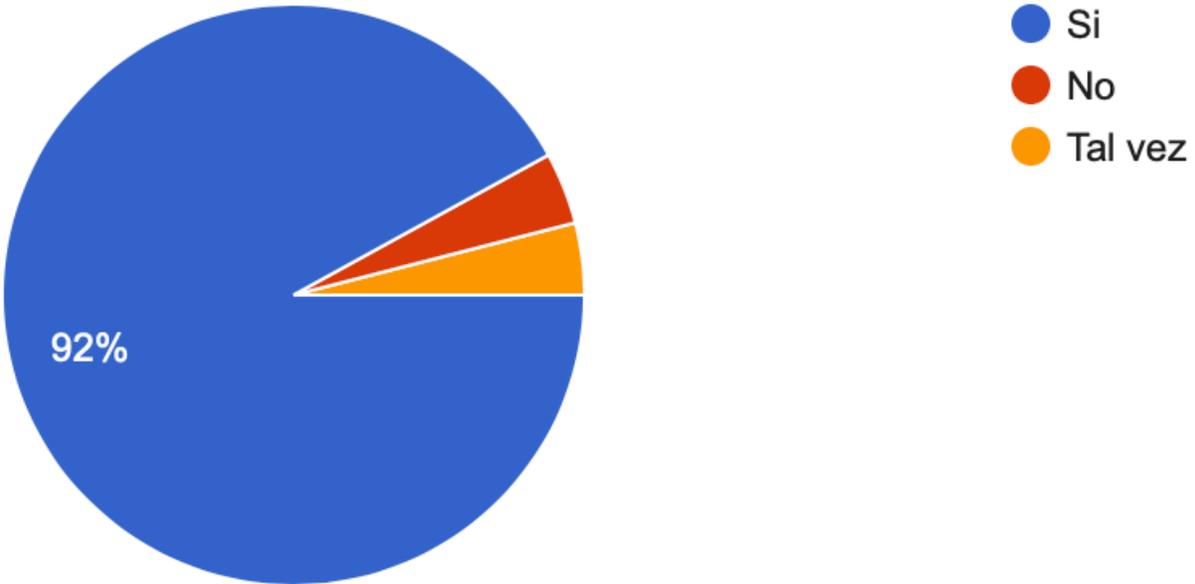
Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Si	14	56%
No	2	8%
A veces	7	28%
No, por falta de presencia en el Municipio	1	4%
Si, porque siempre hacen reuniones que están entrelazadas con la Municipalidad	1	4%

Fuente: Google Forms- elaboración propia.

Explicación: se encuestaron a 25 personas encargadas de cada departamento de la Alcaldía entre las cuáles mostraron su resultado que el 56% si logran tener una buena comunicación con instituciones, el 8% que no, el 28% a veces suelen tenerla, el 4% no por la falta de presencia que tienen en el Municipio y el otro 4% que si ya que hay reuniones entrelazadas con la Municipalidad, lo que esto nos da a entender que muchas veces si logran tener la comunicación adecuada con cada institución pero hay un porcentaje significativo que es el de 28% que a veces quiere decir que suelen tener una dificultad bastante significativa, no se logra comprender a su totalidad el desarrollo de cada proyecto que se vaya a implementar en el Municipio.

Gráfica No.10

¿Le gustaría que la Alcaldía logrará trabajar en conjunto con demás departamentos internos, para obtener mejores resultados?



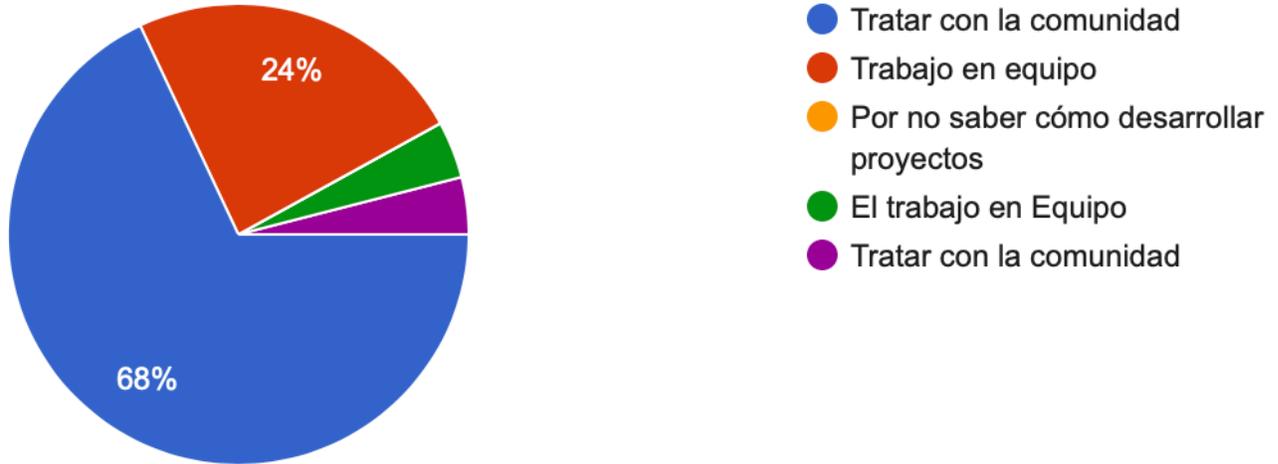
Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Si	23	92%
No	1	4%
A veces	1	4%

Fuente: Google Forms- elaboración propia.

Explicación: se encuestaron a 25 personas de cada departamento que integra la Alcaldía, en la cuál se logro detectar que el 92% de los trabajadores desea trabajar con los demás departamentos que existen de manera interna, para lograr tener mejores resultados en equipo de los proyectos que se desean implementar.

Gráfica No.11

¿Cuál cree usted que es la barrera más grande que tiene la Alcaldía?



Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Tratar con la comunidad	18	68%
Trabajo en equipo	6	24%
Por no saber cómo desarrollar proyectos	1	4%

Fuente: Google Forms- elaboración propia.

Explicación: se encuestaron a 25 personas encargadas de cada departamento que existe en la Alcaldía, la cuál demostró que el 68% la barrera más grande que tiene es el trato con la comunidad, el 24% el trabajo en equipo, lo cuál nos demuestra que tanto el desarrollo de proyectos, el trabajo en equipo y el contacto en las comunidades del Municipio se ve afectado por no tener la comunicación adecuada que se suele manejar en cada una de las situaciones y es por eso el bloqueo o estancamiento en los proyectos.

Gráfica No.12

¿Cuál ha sido la constante falla, el error o la necesidad de la Alcaldía a nivel de comunicación interna?



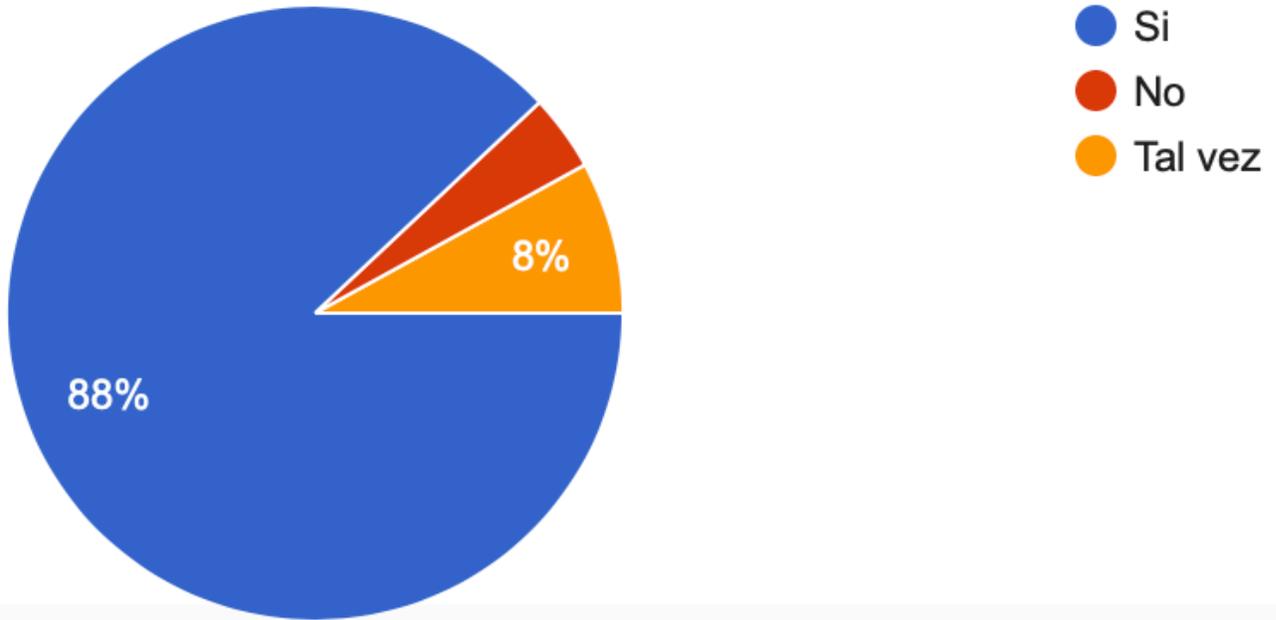
Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Poco seguimiento a los problemas que presentan	20	80%
No saber en lo que en sí es cada cargo	1	4%
Otros	2	8%
Dar el seguimiento correspondiente a los problemas	1	4%
Estar en comunicación durante el período Municipal	1	4%

Fuente: Google Forms- elaboración propia.

Explicación: se encuestaron a 25 personas encargadas de cada uno de los departamento de la Alcaldía, en las cuales el 80% indica que es poco el seguimiento que se le da a los problemas, el 4% no entender que es su cargo que desempeña, el 8% otros que se interpreta por otro tipo de problemas que tiene la institución, el 4% una línea adecuada para darle seguimiento a los problemas y el otro 4% tener comunicación durante el período Municipal, con lo que nos demuestra que la comunicación interna tiene una falla latente en la poca continuidad o seguimiento que le tiene a cada uno de los problemas y el no darles una solución adecuada entorpece lo demás que este ejecutándose o llevando de manera adecuada en la institución.

Gráfica No.13

¿Quisiera que se les diera una capacitación en términos de comunicación?



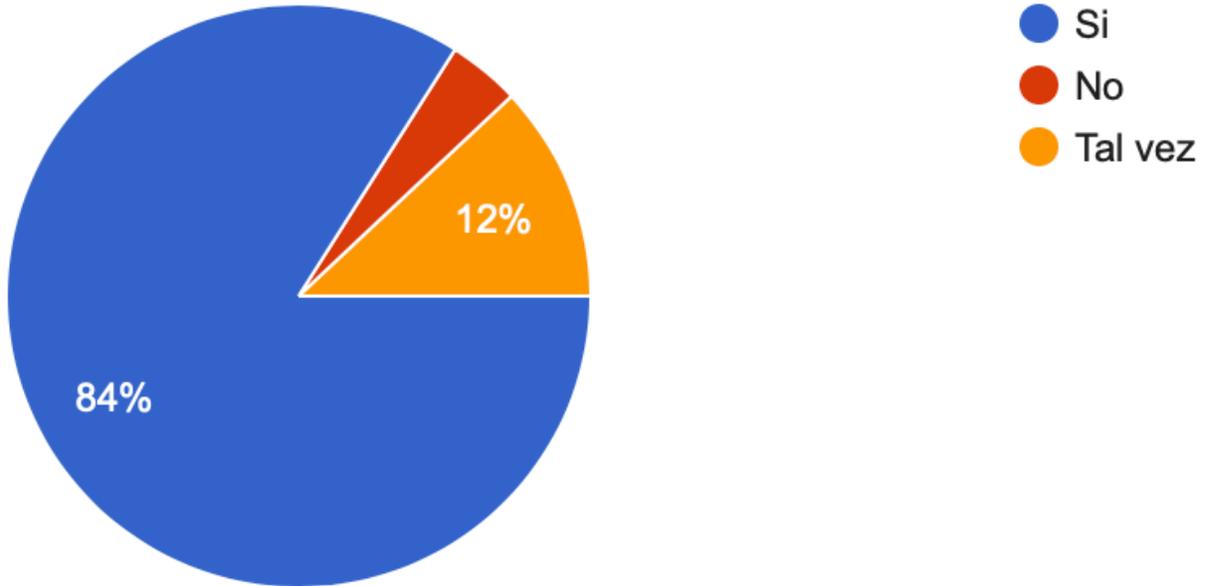
Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Si	22	88%
No	1	4%
A veces	2	8%

Fuente: Google Forms- elaboración propia.

Explicación: se encuestaron a 25 personas que son encargadas de cada departamento existente en la Alcaldía en las cuáles el 88% si desea que se le capacite en términos de comunicación, un 4% que no y el 8% que a veces, esto quiere decir que se muestra la necesidad de los trabajadores por actualizar los medios de comunicación para lograr implementarlos tanto en la institución, proyectos y el Municipio en general.

Gráfica No.14

¿Cree que es necesario la inversión en comunicación y si está ayudará al desarrollo del Municipio?



Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Si	21	84%
No	1	4%
A veces	3	12%

Fuente: Google Forms- elaboración propia.

Explicación: se encuestaron a 25 personas que son encargadas de cada uno de los departamentos existentes en la Alcaldía, en los cuales el 84% contestó que, si desea que se invierta en comunicación para el desarrollo del Municipio, el 4% que no y el 12% que a veces, esto quiere decir que actualmente están notando la necesidad de tener más cantidad de medios de comunicación, pero quieren saber manejarlos de manera adecuada.

1.16. FODA

El FODA es un sistema de análisis que ayuda a todo aquel estudiante, profesional que quiera enriquecer su conocimiento del que se encuentre el lugar dónde se está realizando el estudio, ya que indica donde están los problemas internos y externos a simple vista y agiliza la manera de poder encontrar soluciones de manera más eficiente.

Según (Matias, 2016) este es una herramienta que sirve para lograr planificar estrategias, diseñadas para realizar un análisis interno y externo en el que se encuentran las empresas, instituciones y demás lugares que desean apoyarse de ver la realidad en la que se encuentra el lugar.

Este ayuda a realizar un estudio que tiene como finalidad tener conocimiento del porqué de una planificación corporativa a largo plazo han fracasado y cuáles serían las mejores medidas a tomar, para que no vuelva a suceder y lograr resultados positivos.

FORTALEZAS	<ul style="list-style-type: none">• Tiene control de cada uno de los COCODE's que existen en el Municipio.• Velan por los derechos de sus habitantes del Municipio.• Tratan de cuidar y preservar los recursos naturales que existen en el Municipio.• Tratan de fortalecer sus alianzas interinstitucionales.• Buscan la manera de seguir los programas que se quieren establecer.• Mantienen una comunicación interna en ciertas ocasiones.
-------------------	--

OPORTUNIDADES

- La inversión en material para sintetizar trabajos y poder ahorrar tiempo, dentro de la alcaldía esto en cuestiones de inscripción de COCODE's y uno que otro tramite que aún se realiza a mano.
- Crear un programa para jóvenes adolescentes, y poderlos incentivar para que sigan estudiando.
- La creación de programas de mujeres emprendedoras, que les sirva para crear microempresas y poder tener ingresos.
- Crear un medio de comunicación eficiente para lo pobladores y así poder tenerlos informados.
- Capacitación a la Corporación Municipal en torno al puesto que ocupa funciones, derechos y obligaciones de una manera legible, en su propio Idioma Mam.
- La capacitación porque las conferencias no solo sean en español sino también en Mam, que haya un traductor constantemente.

DEBILIDADES

- No dominar mucho el idioma español.
- Falta de trabajo en equipo en algunos departamentos dentro de la alcaldía.
- Desinterés en programas de desarrollo de educación, salud y economía.
- Poco conocimiento de lo que es cada departamento de la alcaldía debería de hacer, cuáles son sus deberes y obligaciones.
- Falta de organización en cada uno de los departamentos en cuestiones de tiempos.
- La poca visión que se tiene hacia el futuro de la alcaldía no está definida.
- Poco interés en implementación de nuevos sistemas de aceleración y capacitación hacia integrantes de la alcaldía para mejora de la entrega de productos a futuro.
- La poca cobertura que se tiene en cuestión de medios de comunicación no existe ninguna.

- La alcaldía puede quedar atrasada en aspectos de educación, salud y vivienda.
- Su idioma materno es una limitante al no poder comprender el entorno fuera del Municipio para poder expandirse.
- La falta de interés de expandirse y de apoyo en programas para las microempresas de productos nativos del municipio.
- La poca inversión que hace la alcaldía a programas que podrían hacer subir su economía internamente como Municipio.
- La falta de interés en los jóvenes.
- El no querer invertir en medidas alternativas de hacerse conocer con proyectos pequeños como productos y artesanías del municipio al exterior.
- La falta de capacitaciones constantes en términos de infraestructura, salud, bienestar, tecnología, educación para el municipio.
- La poca capacidad de desarrollar pequeños programas para ver si pueden someterse a otros con más tiempo y más empeño.

Fuente: elaboración propia.

1.17. Problemas detectados

En la Alcaldía Municipal de Santa Bárbara, Huehuetenango, la falta de comunicación que existe dentro de los trabajadores de cada uno de los departamentos existentes, está provocado que cada programa, taller y plan que se intente implementar, pero mejorar sea abandonado luego de un tiempo y no se termine de manera satisfactoria, haciendo que solo se tuviesen pérdidas de tiempo y que muchas personas queden con la mitad de la enseñanza de algunos temas de interés.

La falta de integración entre las instituciones con la alcaldía a perdido compromiso para los habitantes del Municipio de Santa Bárbara, ya que no creen en la implementación de programas que se deseen implementar en cuestiones de desarrollo y de crecimiento económico y todo lo que esto conlleva.

Evitar el interés en la capacitación al personal de la alcaldía para poder entender su puesto y como deberían de desenvolverse, para esto se debería de implementar los programas, talleres y planes tanto en su idioma Mam como en el español, para tener una mejor aceptación de los integrantes y que estos logren comprender en su totalidad.

Carencia de estudios para la implementación de programas de educación, desarrollo y salud para el municipio, es lo que no ha dejado que puedan avanzar y poder promoverlos de manera adecuada en cada una de las regiones.

No tener una capacitación del idioma español para poder entender términos y acciones que se realizan ya que en su gran mayoría ellos dominan el idioma Mam, y esto hace que las interpretaciones suelen ser un poco difíciles para su entendimiento.

Falta de comunicación que se está teniendo entre las instituciones, no ha permitido que tengan un fortalecimiento interinstitucional y que muchos de los programas que llegan al Municipio sean desechados y muchas veces nunca fueron comprendidos en su totalidad.

No se cuenta con un sistema de comunicación adecuado en ninguna de las formas que se podría tener, y tienen muchas barreras y ruidos comunicacionales por la falta de un departamento de comunicación que podría ayudar a facilitar muchos problemas que se podrían simplificar.

1.17.1. Planteamiento del problema comunicacional

El ser humano por naturaleza se ha ido desarrollando para encontrar diferentes maneras de comunicarse con otros. Los encargados de llevar un mensaje adecuado han ido adecuando las herramientas que se les han ido brindando a lo largo de su desarrollo, siempre respetando los prejuicios, estereotipos que la sociedad nos ha marcado en los medios de comunicación convencional y en la misma sociedad para que estos tengan una mejor comprensión del objetivo.

Durante observación previa a través de visitas a la Alcaldía Municipal de Santa Bárbara, Huehuetenango, se evidencio la deficiente comunicación entre los trabajadores e instituciones que se tiene.

El poco flujo de comunicación que se observó dentro de la alcaldía dónde se evidenció desde altas jerarquías y dentro de las interdependencias de la municipalidad. De esta manera no se logra transmitir, la crear los canales de comunicación adecuados al entorno.

Actualmente los trabajadores de la alcaldía de Santa Bárbara reconocen la falta que se tiene en cuestiones de comunicación en medidas de alcance hacia sus proyectos, programas, planes y todo aquello que se quiera desarrollar para el municipio y poder tener mejores resultados.

Al no reconocer a cada uno de sus trabajadores con la manera de ejecutar cada departamento que existe dentro de la alcaldía, se evidencia una serie de problemáticas a simple vista, esto desencadena la mayoría de los problemas que no logran ejecutar de proyectos comunicacionales planificados para el desarrollo de la institución.

No existe medios de comunicación generada por la municipalidad. La manera de transmitir mensajes o acuerdos municipales es obsoleta y muchos no llegan a enterarse, y es por eso por lo que la comunicación interna desconoce que son canales de comunicación.

El desconocimiento de información general, del personal municipal, únicamente lo tiene la secretaria y no el Departamento de Información Pública, que es el encargado de poseer la información exacta de la alcaldía. La repartición de trabajos por cada dependencia de la alcaldía es esporádica y cada uno trabaja a ritmo independiente.

Es por eso la búsqueda de herramientas adecuadas de comunicación, permita un acercamiento a la realidad que ellos pueden llegar a encontrar con tan solo encontrar los canales de comunicación adecuados. Teniendo nuevos medios de comunicación actualizados que vayan acorde a las necesidades que están requiriendo actualmente, el uso de nuevas plataformas digitales.

La implementación de estrategias de comunicación adecuada para a la alcaldía es esencial para que puedan desarrollar y comunicar como ejecutar proyectos a futuro con resultados satisfactorios y reducir los niveles de riesgo ante cualquier situación que se viva a nivel general como municipio con el caso la pandemia Coronavirus COVID-19. Y otros problemas inherentes a la comunidad.

1.17.2. Formulación del problema

¿Cuáles son las fallas de comunicación interna y externas de la Alcaldía Municipal de Santa Bárbara? Que influyen en la comunicación asertiva para la ejecución de soluciones poco adecuadas, para evitar un ambiente negativo en el clima de trabajo que genera un ambiente laboral pesado e inestable para un ambiente laboral.

El objeto de la investigación es comprobar las debilidades en el funcionamiento de las barreras de comunicación organizacional en relación laboral de los trabajadores y las instituciones, modificando de una manera positiva de cada uno de los integrantes de la alcaldía municipal.

1.17.3. Alcances y límites

Investigación realizada en la Alcaldía Municipal de Santa Bárbara, Huehuetenango, dentro de su organización la cual está ubicada en el Departamento de Huehuetenango, desarrollado el 19 de febrero del 2020.

Se desarrolló un diagnóstico comunicacional y se elaboró un plan de estrategia comunicacional interna y externa en la Alcaldía Municipal de Santa Bárbara, este estudio hace referencias a cómo afecta la falta de canales y de barreras de comunicación tanto dentro de la institución y la percepción que llega a tener la población de esta deficiencia.

La propuesta que se desarrolló de una muestra del 50% de la población universo, todos mayores de edad que laboren actualmente en la Alcaldía Municipal de Santa Bárbara.

1.18. Indicadores de Éxito

La implementación de un departamento comunicacional dentro de la alcaldía produciría aspectos positivos debido a que la comunicación dentro de cada uno de los colaboradores de esta institución, iniciarían a trabajar en conjunto y no de manera independiente. Tendría mayor manejo de su sistema de desarrollo a nivel de municipio, se incrementarían los canales de comunicación en los cuales pueden ir fortaleciendo a la institución y al municipio.

La información brindada por la institución para el enriquecimiento de nuestro diagnóstico y lograr conocer más a fondo los futuros proyectos que se tiene planeado hacer, pero que muchas veces únicamente solo se quedan planteados más no ejecutados o muchas veces no suelen ejecutarse y darles una finalización adecuada.

Demostrando cuáles son las inquietudes que tiene la institución también por medio de una encuesta realizada a cada encargado de cada uno de los departamentos que integra la Alcaldía Municipal de Santa Bárbara, cómo en ciertas ocasiones el trabajo en ciertas instituciones muchas veces no logra ser concretado y tener un resultado positivo.

La creación de medios de comunicación o canales adecuados para la Alcaldía es lo principal ya que se tienen que implementar para poder llegar a más personas del Municipio y personas que vivieron en el Municipio y quieren seguir informados de lo que sigue sucediendo dentro del Municipio.

La creación de una página de *Facebook* para empezar a introducir al Municipio en lo que son las redes sociales y que por este medio se empieza a conocer más los recursos y noticias que genera la institución y el Municipio con las instituciones y de manera individual.

Objetivos específicos (Resultados)	Meta	Indicador	Fuente de verificación	Supuesto
Examinar las medidas de comunicación adecuadas para implementar en la alcaldía, cada vez que haya problemas que interrumpan los canales de comunicación dentro y fuera de la alcaldía. Creando una página de <i>Facebook</i> , para que pobladores puedan tener información de manera inmediata.	Crear canales de comunicación adecuados para la Alcaldía Municipal de Santa Bárbara.	Se aumentaron los seguidores y cada vez más personas quieren saber de lo que sucede en el Municipio a nivel general y que está haciendo la Alcaldía por innovar.	Creación de la página de <i>Facebook</i> . Contenido adecuado. Cumplir con los mensajes que nos brindan los seguidores. Controlar el flujo de mensajes inadecuados que llegan a la página. Seguir creando productos de calidad para implementar y mantener al grupo objetivo interactuando.	El encargado de llevar la página de <i>Facebook</i> , síndico primero. También se quiere implementar a los demás departamentos, pero siempre pasando un filtro del síndico que apruebe el contenido.

Fuente: elaboración propia.

1.19. Proyecto a desarrollar

Las medidas que se pretenden implementar para reducir un poco las problemáticas que engloba alrededor de la comunicación en la alcaldía municipal de Santa Bárbara se dividirían en dos segmentos las primeras serían las siguientes:

1. Creación de página de *Facebook* en la Alcaldía Municipal de Santa Bárbara, para crear un medio de comunicación efectivo.
2. Elaborar una serie de entrevistas a cada uno de los representantes de cada departamento que tiene instituido la alcaldía. Siempre verificando los resultados para poder realizar la implementación de un sistema adecuado de comunicación tanto interna como externa.
3. Capacitar a cada departamento según sean sus debilidades comunicacionales, para poder obtener resultados adecuados en el momento de desarrollar proyectos y poderlos finalizar con éxito.
4. Elaboración de una guía de cómo administrar y crear una página de *Facebook*.
5. Fortalecer la gestión municipal por medio de las instituciones que trabajan en conjunto, realizando alianzas de comunicación.
6. Crear un plan de comunicación para capacitar a cada departamento de la alcaldía en cuestiones de cómo llevar una guía de desarrollo de proyectos, debido a que muchas veces, la barrera del idioma español, se les dificulta y esto provoca que no comprendan en su totalidad el proyecto, plan, estrategia, etc.; que se quiere desarrollar en el municipio.
7. Dos vídeos en los cuáles se capacitarán al encargado de llevar la página de *Facebook*, en como administrarla y en cómo implementar y llevar a cabo una cartelera informativa.
8. Cuatro vídeo talleres en los cuáles se capacite a cada uno de los encargados de cada uno de los departamentos existentes en la Alcaldía Municipal y así poder brindarles herramientas de comunicación para lograr obtener mejores resultados.
9. Implementación de cómo llevar a cabo una cartelera informativa dentro de la Alcaldía Municipal.



Capítulo 2



2. Plan estratégico de comunicación

Es la elaboración de una hoja de ruta que sirve para dar forma de lo que una empresa quiere comunicar con su público y cuándo, de manera clara trazando objetivos de comunicación que indican que quieren alcanzar y así lograr facilitar tareas y acciones que se realizarán.

El plan estratégico de comunicación en la Alcaldía Municipal de Santa Bárbara es un documento que recolecta datos como: objetivos, público objetivo, políticas, estrategias, recursos y acciones de comunicación para lograr desarrollar ámbitos en la municipalidad.

En un plan se ordena por medio de fases y debe diagnosticar previamente, luego de un diseño de estrategia que sirva para lograr planificar a la municipalidad en comunicación y poder contribuir al cumplimiento de objetivos y metas de la municipalidad de manera exitosa.

2.1. Descripción técnica de la estrategia del proyecto

Las técnicas que ayudará a ejecutar el plan de comunicación interna y externa, y lograr obtener resultados satisfactorios en el desarrollo de este serán: observación participativa, entrevistas de profundidad, talleres, fichas bibliográficas, resúmenes, análisis, capacitaciones.

Mediante la observación participativa se logrará obtener la interpretación de la realidad que se tiene en la Alcaldía Municipal de Santa Bárbara, de manera interna y externa y como está siendo afectada por no tener canales de comunicación adecuada.

Las entrevistas de profundidad servirán para analizar indicar cuáles son las problemáticas de no poseer un departamento o sistema de comunicación dentro de la Alcaldía que distribuya mensajes de manera adecuada al público objetivo tanto interno como externo.

Con los vídeo talleres se le quiere brindar a los trabajadores de la Alcaldía puedan fortalecer su comunicación tanto interna como externa y poder brindar un servicio de manera eficiente con desarrollo de alto impacto.

Con la implementación y video capacitación se desea desarrollar canales de comunicación adecuados en la implementación de diferentes plataformas digitales para poder obtener mejores resultados de lo implementado y se logre poner en práctica lo de los talleres en cada uno de los departamentos de la institución.

2.2.2. Objetivos de la Estrategia

Se realizarán con la finalidad de lograr en un cierto periodo de tiempo predeterminado lo que se desea desarrollar en la Alcaldía Municipal de Santa Bárbara, Huehuetenango. Se determinará la importancia de estos.

2.2.1. Objetivo General

- Promover la comunicación en la Alcaldía Municipal de Santa Bárbara, para que fortalezcan la gestión municipal.

2.2.2. Objetivos Específicos

- Lograr generar un servicio eficiente para los trabajadores y habitantes del municipio que soliciten apoyo de la institución, resolviendo sus problemas de manera inmediata.
- Mejorar el flujo de efectividad en el desarrollo de proyectos que incrementen el desarrollo tanto de la institución como del municipio.

2.3. Misión

Lograr el bienestar de los habitantes a través de una comunicación adecuada de los proyectos que influyen en la equidad de género y la calidad de vida de las familias del municipio.

2.4. Visión

La comunicación a través del bienestar de los bienes y servicios básicos sean de mejor calidad mediante las gestiones, promociones y ejecuciones de los planes y programas enfocados en el desarrollo económico sustentable para una de vida en el municipio.

2.5. Elementos comunicacionales que según su diagnóstico aplicará

En los siguientes incisos de este punto se podrá observar una recopilación de términos, conceptos de apoyo que ayudarán al desarrollo y enriquecimiento de este diagnóstico y a la comprensión de este.

2.5.1. Comunicación

Comunicación es la ejecución del ser humano en la sociedad, haciendo un concepto en abstracto. La acción de hablar no es importante, sino la manera en cómo se comunica, por lo mismo la comunicación es un proceso básico de interacción en el funcionamiento de instituciones, con el fin de compartir mensajes, significados y conductas en un entorno determinado, que debe corresponder a la realidad, para tener un mejor resultado que se pretenda transmitir. (Alarcón., 2013)

(Dunn Watson, 1993) explica que la comunicación viene del latín *comunas*, que significa *común*. Y que la base fundamental es la “comunidad”. La comunicación, es quien dice qué a quién de la manera y con el qué efecto. El quién es la fuente de comunicación. El qué es el mensaje mismo. El a quién es al que va dirigido ya sea público o una sola persona. El cauce puede ser todo medio de comunicación por el cual el mensaje va a ser transmitido a la personas o grupo de personas. El efecto puede medirse el punto de vista que lo oyeron vieron el mensaje y de qué manera decodificaron las actitudes.

La persona que desee comunicar algún tipo de situación en su entorno ya sea a un grupo u otra persona, deberá entender que el efecto que cree en las personas que los están percibiendo, estás dedicarán y actuarán según sus actitudes y el entendimiento que estás interpreten.

La comunicación es dada como un proceso de interrelación entre dos o más personas donde se transmite una serie de pensamientos o información desde un emisor (alcalde) que es capaz de descifrar un código definido hace un receptor (trabajador o institución) quien decodifica la información recibida, todo a través de medio físico (la voz) por el que se transmite, en un código de convención (lenguaje) entre el emisor y el receptor dentro de un contexto determinado (cultura), así una retroalimentación traducida en un servicio hacia la población adecuada al servicio municipal solicitado.

2.5.2. Características de la comunicación

La comunicación es una ciencia compleja que varía según sus aceptaciones de la comunicación, ya sea el proceso, una acción, una actividad, un evento, un suceso, evento una ciencia, un estudio, una disciplina, un mensaje y el grado de comprensión mutuas, ya sean los niveles de interacción de una persona, grupo u organización.

Se tiene una serie de características que siempre tiene la comunicación: material, subjetivo, complejo, sistémico, multidisciplinario, interdisciplinario, es un proceso social, desprende de las relaciones interpersonales, es una acción, implica una interrelación, concepto de grupo, carácter simbólico y proceso participativo.

La comunicación es una ciencia que tiene carácter consecuente que tiene como factor esencial la organización ya que permite que se logren mantener unidas las distintas partes que lo logran construir.

2.5.3. Funciones de la comunicación

En la comunicación es un resultado de la interacción entre un conjunto de personas determinadas con el mismo conocimiento mutuo para tener éxito en el mensaje. La comunicación también puede ser llamada una función social. (Reyes, 2010)

Las actitudes, motivaciones, intereses, nivel de educación, profesión, capacidad, experiencia, sexo, tipo de pensamiento predominante entre otras más son las que influyen la clase de comunicación que se pretende obtener.

Las funciones de la comunicación que se desarrollaran son las siguientes: informativa, afectiva y regulativa.

2.5.4. Comunicación informativa

Consiste en compartir significados, es la raíz de este proceso. La comunicación es simbólica, los sonidos, las palabras, los gestos y los números son una mínima aproximación de lo que se quiere transmitir de las cosas, fenómenos y relaciones a que se refiere y ello introduce también deformaciones en el proceso.

Esta incluye una serie de elementos que ayuda a la construcción recepción y transmisión de la información: contenido, variedad, riqueza, apertura comunicativa, profundidad y frecuencia en que aparece.

Es un proceso que cambia constantemente entre el emisor y el receptor según sea la retroalimentación que se da en el intercambio de dos o más personas con la participación de la conversación o el diálogo.

El dialogo que se logra producir en la manera en que se comparte y da una comunicación garantizada en la alternancia de los participantes.

El monólogo, suele ser todo lo contrario, es la transmisión de información que está en presencia de un emisor que da la información con él mismo.

Facilita que se necesiten las personas y grupos para hacer y dar información, informar estrategias, tomar decisiones, actualizarse científico y técnicamente al transmitirse cierta cantidad de datos evaluando opciones y ciertas alternativas en lo establecido.

La función informativa es todo aquel trabajo que se obtiene del conocimiento de la persona y se recibe y se da información a las personas cognitivamente.

2.5.5. Autoestima en comunicación

La autoestima se da en cada ser humano de maneras diferentes, y es de cada uno desarrollarla de manera adecuada que le sirva para poder obtener mejores resultados, esto quiere decir que se reúne una experiencia digna y positiva, se lograra obtener una autoestima positiva.

Según (Branden, 1997, pág. 121) autoestima es una experiencia que se adapta a cada ser humano según sean las experiencias vividas y son requeridas, la confianza es una capacidad de que se piensa para afrontar los desafíos de la vida y le da la confianza en el poder ser felices, es un sentimiento que se vuelve digno de merecer, es de tener derecho de formar las necesidades a gozar en futuros esfuerzos.

Al hablar de la autoestima se puede decir que es una convicción sobre sí mismo, que da una precisa predisposición a experimentar de manera particular. La autoestima es importante ya que suele hacer que cada persona se trace objetivos, actividades que desea alcanzar en tiempos de mediano, corto y largo plazo.

La autoestima es claramente fundamental para poder obtener una comunicación adecuada y que logre fluir en la vida de cada ser humano, haciendo que se abran caminos nuevos que enriquezcan de buenos mensajes e innovadores ya que surge la creatividad y los vuelvan más fuertes.

En una institución es fundamental que se tenga personal motivado y con la autoestima positiva, ya que cada uno se trazara objetivos y metas tanto a corto, mediano y largo plazo, que ayudara al fortalecimiento y al desarrollo de las áreas requeridas y obtener mejores resultados.

2.5.5.1. Comunicación afectiva

Es un lenguaje llega a tener sentido y palabra cuando solamente se dice, sino que también de qué manera se dice.

Se transmite y admite sobre las emociones, sentimientos y circunstancias vividas que brindan satisfacción o insatisfacción que suelen ser necesarias. Para llevar a cabo esta función es necesario lograr transmitir expresiones y lograr percibir las vivencias afectivas son de manera

consciente como inconsciente a través de la comunicación que se da de manera verbal y no verbal.

Suelen ocurrir varios fenómenos para poder identificar la función afectiva: necesidades, motivación y las emociones y los sentimientos.

La comunicación de la función afectiva hay que mostrar una manera adecuada para lograr satisfacer las necesidades afectivas, sociales y espirituales siendo este un escape de la expresión emocional y los sentimientos.

Está permite dar opiniones derivadas de algo, conversar sobre los problemas que conlleva a diario una persona, los intereses como deportes, arte, cine, recreación, dar y recibir opiniones acerca de algo y facilitar frases o acciones de apoyo y expresiones de aceptación para los demás.

2.5.5.2. Comunicación asertiva

La comunicación asertiva es toda aquella que deja que las personas actúen y se manifiesten según sean sus necesidades sin sobrepasarse de personas con poca educación ya que respetan la postura y la reacción de su alrededor de lo que adquirieron de ellos.

Según (L, 2004) dice que una comunicación asertiva debe dar firmeza para poder dar sus derechos, expresar como se debe sus pensamientos, sentimientos, creencias de una manera directa, siempre siendo honesto y de manera apropiada sin violar ningún derecho de los demás.

Las personas tienen un cierto límite al momento de expresarse de manera de cantidad y de la situación que se maneje es por eso que cada individuo maneja un sinfín de frustraciones que almacena según sus emociones, es por eso que cada persona debe saber manejarlas y distribuir las de manera que vayan siendo necesarias, al momento de expresarlas sin que sean catalogados como irrespetuosos.

2.5.6. Comunicación regulativa

El comportamiento, en la comunicación tiene que dar ciertas normas y valores en los grupos y las organizaciones que se dan los comportamientos de sus integrantes de distintas maneras. Tiene normas y valores dentro de la sociedad y de la organización, está es directamente asociada con el control y la regulación de las personas sobre la cultura que poseen, nivel cultural, las motivaciones y los proyectos de vida y pueden estimular la interacción, en el intercambio del comportamiento de las personas, la participación y reflexión y en ciertas instancias se puede inhibir la conducta.

Es controlar el trabajo y revisar el mismo, para poder orientarlo sobre algún aspecto realizado de manera incorrectamente.

En las organizaciones se tienen las jerarquías de autoridad y lineamientos que sirven en el cumplimiento de los colaboradores para lograr canalizar sus inquietudes según sean sus responsabilidades.

Se logra controlar el comportamiento de las personas o colaboradores en la comunicación: usan bromas, hacen chistes, acosan a los miembros que se desempeña a manera brillante al que se queda atrás.

Se logra mostrar por medio de una función con las otras y por precizarla en sus estudios de análisis y de comprensión. Entre las funciones que la integran hay más variedad y riqueza. En plena del desarrollo en la comunicación y constituirá un indicador de calidad dentro de la comunicación.

2.5.7. Elementos de la comunicación

Emisor: es la persona, institución, departamento u oficinal la cual se inicia el proceso comunicativo a transmitir mediante un canal el mensaje a un público en específico, el mensaje enviado es descifrado en un código definido cultural y socialmente.

Receptor: es el individuo, institución o departamento que recibe el mensaje, realiza un proceso inverso al del emisor ya que en él está descifrar e interpretar lo que el emisor quiere

dar a conocer. Existen dos tipos de receptores que solo recibe el mensaje y el activo el cual no solo recibe, sino que lo percibe lo almacena y da una respuesta.

Mensaje: es el conjunto de información que desea transmitir el emisor y es recibida por el receptor, dentro de una institución, departamento de la municipalidad que puede ser un mensaje: oraciones, ideas, ordenes, sentimientos, solicitudes, dudas, acontecimientos, rumores o chismes.

Fuente: es el lugar donde viene la información o el mensaje en el cual se origina la información primaria.

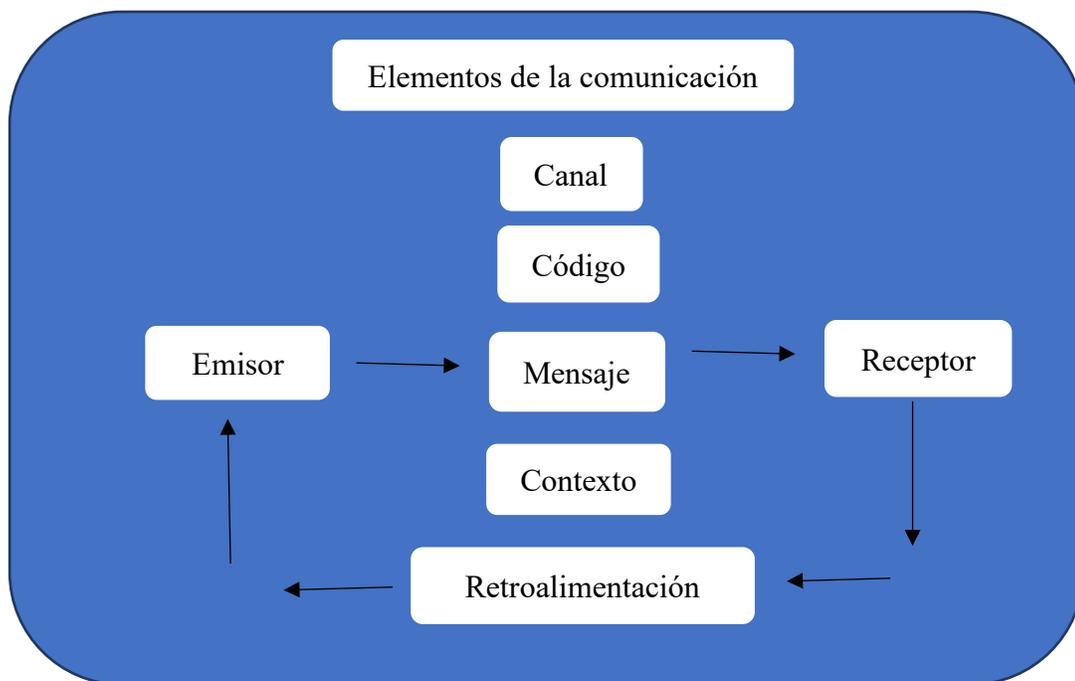
Código: es una serie de reglas establecidas para cada sistema de signos y símbolos que el emisor utilizara para poder emitir un mensaje, siempre respetando lo establecido cultural y socialmente.

Canal: medio por el cual se transmite el mensaje estableciendo una conexión entre el emisor y el receptor, un canal puede ser artificial o natural, canal de voz se convierte en un medio natural mientras se utiliza la radio como medio para transmitir un mensaje el medio serio artificial.

Retroalimentación o respuesta: es la respuesta al mensaje enviado con la condición necesaria para la interacción del proceso comunicativo, puede darse el caso que no haya una respuesta al mensaje entonces solo se habrá dado la información más no se da la comunicación.

Contexto: el mensaje debe ser enviado con coherencia al contexto, respetando el entorno lingüístico que le dará valor al mensaje y también el entorno físico o situación política social, histórica, cultura, o de otra índole que se desenvuelve el receptor, para la comprensión eficiente del mensaje.

También se le llama contexto al conjunto de coyuntura que rodean al proceso comunicativo y que lo condicionan, entre estos existe contexto cultura, contexto comunicacional y contexto sígnico. (Velásquez, 2012)



Fuente: elaboración propia.

2.5.8. Proceso de la comunicación

Cada proceso de comunicación es un fenómeno relacionado de trabajo del ser humano, por medio de la cual se extrae información del entorno (alcaldía, municipalidad e instituciones) es imposible hacer partícipes a otros de toda la información adecuada para objetivos de gobierno municipal para poder obtener buenos resultados.

El emisor genera un efecto en el receptor cuando el mensaje es compartido de manera adecuada y obtiene una fidelidad por el medio que es enviado y también en la reacción de este, por medio de lo observado por el emisor, por lo tanto, el receptor actuara de acuerdo con el contexto que se desarrolló previamente ya establecido el mensaje. Cada uno de los procesos de comunicación que se elaboren en la Municipalidad se configura de manera sensorial en función de cada uno de los roles y jerarquías que indica la información. (Bran, 2008)

Para la esquematización de un proceso de comunicación se debe determinar en que la comunicación es un todo integrado puesto que no pueden aislarse sus elementos en el año de 1956 George Gerbner da un nuevo modelo que cuenta la realidad de un hecho como un factor que ayuda al proceso de la comunicación.

2.5.9. **Comunicación eficiente**

Contiene 7 elementos que son esenciales para poder tener una comunicación eficiente, son los siguientes:

- Credibilidad.
- Contexto (contexto inherente y sin distractores).
- Contenido.
- Claridad.
- Continuidad y consistencia: (transmitir suficiente, receptor decodifica, analiza y comprende).
- Canales de comunicación: factible para el mensaje a transmitir.
- Capacidad de auditorio: considerando capacidad de recepción y decodificación del mensaje.

2.5.10. **Ruidos en la comunicación**

La injerencia que afecta el proceso en la comunicación puede llegar a ser:

- Semánticos: producidos por una jerga o lenguaje especial.
- Físicos: en el contexto o entorno en que se desenvuelve la comunicación.
- Fisiología: obstáculo entre las personas que están interviniendo.
- Psicológicos: prejuicios, intenciones, predisposición, entre otros.

Sobresale como una de las principales causas de elaboración de ruidos en la comunicación la que inicia por la desinformación o conocimiento incompleto de las personas interlocutoras. (Favaro, 2008)

2.5.11. **Barreras de la comunicación**

Son también llamadas a todo aquello que limita la comprensión de un mensaje, entre estas se crean varias barreras en las organizaciones, las más fáciles de identificar son:

- Deformación: es un conjunto de problemas semánticos, que se relacionan en marcos de referencia, todo aquello que engloba las significaciones, definiciones, creencias,

mediante el cual se dan puntos de vista, son puntos esenciales en la construcción del juicio crítico.

- Filtración: utilización de la información, en la comunicación verbal, que destruye la información y produce alguna pérdida de esfuerzo y tiempo más aun divide de manera en conjunto.
- Sobrecarga: mucha información a un solo lugar en el cual debe de comunicar en cada área correspondiente eliminando así la sobrecarga del cumulo de la información adquirida.
- Sincronización: organización mediante el tiempo y la información que será emitida o mediante el cual se dará el mensaje a manejar los canales adecuados y solicitados, a cualquier comunicado en la municipalidad tiene que ser entregado con una semana de anticipación, para obtener mejores resultados.
- Falta de aceptación: se origina en la aceptación del mensaje que es emitido de forma incompleta o la imagen del emisor los aspectos esenciales como la claridad para emitir un mensaje, la poca honestidad, de ética y la forma en que se llevan a cabo los proyectos dentro de la municipalidad, casi siempre no cumplen con lo requerido.
- Cortocircuito: se le llama así a la resolución de la comunicación, cuando esta no lleva una secuencia habitual y faltan procesos.

Cada institución debe llevar una serie de barreras tradicionales como:

- Legado de empleados de corporaciones pasadas o anteriores.
- Habito político autoritario.
- Desarrollo de socialización.
- Prácticas sindicalistas clientelares.
- Ausencia de gestión pública.
- Carencia de iniciativa para modernización.
- Falta de liderazgo.
- Programas integrales para la burocracia.
- Desconocimiento de la dinámica por los altos funcionarios.

2.5.12. Tipos de comunicación

Existen varios tipos de comunicación entre ellas se encuentran: comunicación verbal (escrita u oral), comunicación no verbal o gestual, estas son las que más ayudan a poder comprender el contexto en el que se encuentra la situación en la alcaldía.

Comunicación verbal: Esta da lugar a las palabras que se utilizan como signos en toda aquella transmisión de un mensaje, los signos son pueden llegar a ser volubles y habituales, en la manera de expresar lo que se piensa y que sea de manera lineal, que lleve un orden adecuado, la comunicación verbal se genera de dos maneras: escrita y oral.

- Escrita: es toda aquella comunicación que se genera de manera manifiesto de signos, cuando se requiere enviar un mensaje a través de la escritura.
- Oral: esta se da mediante de símbolos orales, se podría decir que el lenguaje articulado por una persona y la palabra hablada que emite el ser humano.

Comunicación no verbal o gestual: Según (Favaro, 2008, pág. 33) es una necesidad que requiere de la observación para lograr comunicar el mismo emisor a través de la expresión del rostro de las personas, cada postura corporal, actitudes, vestimenta entre más factores que logran describirla. Esta tiene una relación interminable con la comunicación verbal ya que suele emplearse casi siempre unidas y ayuda a actuar en ocasiones a que la comunicación se lleve de manera agradable construyendo un proceso de comunicación efectivo.

comunicación interpersonal: La comunicación interpersonal es todo aquel intercambio de información, pensamientos, ideas y oraciones que el emisor quiere emitir a diferentes personas ya sean grupos, organizaciones entre otras.

Todo aquello que tiene que ver con interactuar con dos o más personas, en una retroalimentación o feedback constante y de manera instantánea es lo que hace la convivencia entre una persona y la sociedad. La comunicación gestual y oral es todo aquel medio que transmite el mensaje que implican a las ideas, deseos, pensamientos y sentimientos. (López, 2008, pág. 8)

La comunicación interpersonal es un proceso que las personas hacen de modo activo, en el cual se reflexiona, valora, expresa, tanto lo verbal como extra verbalmente sus pensamientos, experiencias y todo aquello que se logre tener interacción. (González, 2005)

En la comunicación interpersonal suelen existir tres canales en los cuales este se desarrolla son: verbal, vocal y visual. Es así como en el nivel de las relaciones se logran integrar los cinco sentidos: vista, oído tacto, olfato y gusto.

2.5.13.Efectos de la comunicación

Se considera a cada trabajador y habitante como público objetivo que son expuestos a los mensajes de la municipalidad, que llega el mensaje deformado en su contenido de que manera es percibida y como se desarrolla en cada uno.

Cada uno de los procesos psicológicos dentro de la comunicación organizacional municipal suelen verificarse de una manera no aislada, quiere decir que todo se ve como un todo y repercuten en todos no solo en ciertos campos, suele modificarse, pero solo en algunos grupos.

Las actitudes de cada uno de los trabajadores municipales suelen ser influenciados por la comunicación recibida dentro de su ámbito laboral y suele ser modificada con una única condición compulsiva que se basa en las emociones de la reacción en su comportamiento que presta cada vecino en los servicios requeridos.

2.5.14.Comunicación organizacional

En la comunicación organizacional es un conjunto de técnicas y actividades que son guiadas para poder facilitar y agilizar el flujo de mensajes que se interactúan en una municipalidad entre los trabajadores. (Ávila, 2014)

Para poder influir en las opiniones, actitudes y ciertas conductas de manera interna y externa en una institución en este caso en una municipalidad es necesario cumplir varios objetivos que deben ir en el servicio que se brinda, desde como el proceso de emisión y recepción de mensajes dentro de la organización en este caso la municipalidad.

Para un proceso de comunicación organizacional se dan dos formas:

- **Comunicación interna:** cada uno de los mensajes están dirigidos al personal interno, esto quiere decir a cada integrante que conforma la institución para que sea motivado.
- **Comunicación externa:** es una serie de actividades que engloban a la comunicación que tiene conexión con el público externo que acude a la institución es más para los proveedores, vecinos, embajadas, gobierno, entre otros.

La Alcaldía Municipal de Santa Bárbara, debe crear una comunicación activa entre cada uno de sus integrantes donde se puedan generar espacios adecuados de discusión de resolución de problemas, para que en conjunto se beneficien y generen una productividad.

2.5.15. Tipos de comunicación organizacional

Entre los tipos de comunicación organizacional que se desarrollarán será: comunicación ascendente, comunicación descendente, comunicación horizontal, comunicación diagonal y rumor.

- **Comunicación ascendente:** Se dan de manera jerárquicos desde el nivel más bajo hasta el más alto del organigrama de la institución.



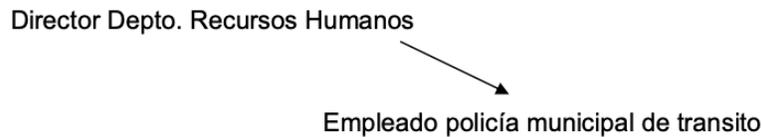
- **Comunicación descendente:** Se coordina desde el nivel más alto que tiene la institución hasta el nivel más bajo que marca el organigrama de la institución.



- **Comunicación horizontal:** Se influye entre las personas que tienen el mismo cargo, pero en diferentes departamentos de la institución.

Director Depto. Recursos Humanos → *Director Policía Municipal de tránsito*

- **Comunicación diagonal:** Se da mediante distintas funciones y niveles de la misma institución, pero se es indispensable cuando se debe comunicar por medio de los demás canales.



2.5.16. Rumor

Es una idea que no es comprobada, y que suele circular en la institución, es un medio de comunicación poderoso que lo utilizan para establecer varios canales como: ilusiones o deseos, rumor, rumor cicatero y rumor estimulante.

- **Ilusiones o deseos:** Es la representación sin verdadera realidad que forma a estimular, suelen ser positivos y expresan su preocupación al empleado.
- **Rumor:** Es un temor o ansiedad que se emplea dándose la incomodidad general por medio de una noticia o información que pueda que sea falsa o verdadera.
- **Rumor o cicatero:** Suele ser prejudicial y agresivo suele dividirse en el enfrentamiento, elimina la lealtad, crea desprestigio y suele existir el odio.
- **Rumor estimulante:** Los hechos se dan cuando un empleado tiene a tiempo de esperar una noticia y suele escuchar algún rumor positivo que alteran la posible buena noticia.

2.5.17. Redes de comunicación organizacional interna

Actualmente una red de comunicación dentro de una organización interna suele definirse que el mensaje debe fluir de la manera estructural de la municipalidad. El fin es cumplir y dar una eficacia en los objetivos que tenga trazada la municipalidad.

Entre las redes de comunicación dentro de una organización existe: formal e informar.

- **Formal:** es la comunicación vertical de un jefe a empleado que sigue una cadena de autoridad que va limitando a sus tareas dentro de la municipalidad previamente asignadas. Existen tres diferentes: forma de cadena, forma de rueda y todos los canales.

- **Forma de cadena:** se da de en una forma de mando usando la precisión de datos que es lo que importa, es exclusivo en un solo departamento.
- **Forma de rueda:** inicia con el líder y actúa según su conducta central para comunicar a un grupo de manera inmediata y precisa para que logren surgir nuevos líderes.
- **Todos los canales:** la comunicación activa a todos los empleados de la municipalidad de la manera más adecuada y se busca una satisfacción de manera general que sea precisa y moderada, no surgen líderes.
- **Informal:** se salta a la autoridad porque suele usarse para lograr satisfacer las necesidades sociales de cada uno de los trabajadores esta suele nutrirse del rumor, corre como un chisme dentro de la municipalidad. (Rivera, 2006, pág. 12)

2.5.18. Organización funcional

Se aplica al principio de la función de cada una de las tareas que se reúne en un departamento de la municipalidad, que se dedican a una actividad o varias que sean relacionadas.

Las pequeñas empresas suelen brindar una línea limitada de productos que suelen aprovecharse de manera especializada. Siempre facilitando el movimiento de las habilidades especializadas para poder usarlas en lo que se necesita. (Rivera, 2006, pág. 14)

a) Teoría humanista

Se explica como el aumento en el rendimiento de una municipalidad a través de sus empleados tomándolos como seres humanos desde el punto de vista de su relación con el interés que se genera con las necesidades e ideas de cada uno de sus trabajadores en función de un servicio que se presta a la población municipal.

Suelen existir una estructura municipal que posee un estilo administrativo que da participación a cada uno:

- Confianza entre trabajador y jefe de área.
- Participación del trabajador en la toma de decisiones.
- Canal abierto de comunicación: descendente, ascendente y horizontal.
- Retroalimentación.
- Libre cuestionamiento de políticas organizacionales y decisiones.

también suele darse procesos comunicativos dentro de la organización: **psicológico y sistemático**.

- **Psicológico:** el recurso humano como objetivo de fomentar la participación, motivación de la confianza de los trabajadores prioriza los factores humanos en la comunicación.
- **Sistemático:** la comunicación existe mediante la repetición de conductas en un tiempo determinado con la búsqueda de guías que dan la retroalimentación y el trabajo grupal en el sistema para lograr desarrollar.

La municipalidad de Santa Bárbara se puede especificar en los valores y creencias que, como principio heurístico, la definen con la misión de la municipalidad heurísticamente dependiendo de la identificación que de su papel trazándose estrategias, modelos, definiciones y consecuencias de su práctica en la productividad del municipio. (Monterroso, 2010)

b) Teoría Cognitiva

El campo de actitud es disonancia cognoscitiva de cada trabajador o vecino de la Municipalidad de Santa Bárbara que intenta en la ayuda del consumo de sus medios de comunicación que son reducir las contradicciones abiertas o amenazadoras entre sus actitudes, opiniones, acciones que contribuyen a la percepción que esta da. (Melgar, 2016, pág. 28)

c) Psicología de la comunicación

La psicología en la comunicación es un sistema social que incluye en las municipalidades que se integran mediante las actividades que son diseñadas por un número de personas determinadas para ser moldeadas, complementadas o interdependientes de algún producto o servicio.

Según (Daniel, 2008) esta contiene varios tipos de fuerzas que ayudan a la participación para lograr reducir la variabilidad humana a pautas requeridas para el funcionamiento de la organización municipal. Estas pautas de conducta se logran mediante una estricta regla de conducta que se desarrolla en el papel seleccionado de normas mediante la justificación de los valores empleados con reglas y normas que son íntegros en la organización municipal o en este caso en la Alcaldía Municipal de Santa Bárbara.

Esta ayuda a llevar un equilibrio dentro de cada uno de los integrantes de cada departamento de la organización, ya que suelen basarse o moverse por los valores de cada uno de los individuos y no suelen ser modificados ya que sería una pérdida a sus principios.

d) Teoría Cognitiva

El campo de actitud es disonancia cognoscitiva de cada trabajador o vecino de la Municipalidad de Santa Bárbara que intenta en la ayuda del consumo de sus medios de comunicación que son reducir las contradicciones abiertas o amenazadoras entre sus actitudes, opiniones, acciones que contribuyen a la percepción que esta da. (Melgar, 2016, pág. 28)

2.5.19. Medios de Comunicación

A lo largo de la historia del ser humano, la manera de comunicarse siempre ha sido principal para lograr sobrevivir en el mundo, y está cada vez ha ido evolucionando con él; Los medios de comunicación son uno de ellos, se han ido transformando según sean las necesidades que se ha topado a lo largo del tiempo.

Según (Sherkovi, 1985, pág. 157) la comunicación es un medio de formación que funciona en la conciencia individual y hace al hombre una persona social ante las demás personas con las que se relaciona.

La comunicación suele darse en dos maneras principales: una que da la importancia social y la otra la que da la importancia al ser humano. La comunicación suele ser el canal real de un proceso social por que hace posible que el individuo adquiera conocimiento, información o ideas.

Con el pasar del tiempo del ser humano se ha ido desarrollando un tipo de lenguaje articulado que a creado importantes medios de comunicación a tal punto que ha ayudado a avances científicos y tecnológicos en la creación de medios.

Actualmente los medios de comunicación pasaron a llamarse los Mass Media que sirven principalmente para dar a conocer noticias, empleos, publicidad y los principales medios donde se da la difusión son: prensa, cine, radio y televisión.

Pero logró entrar a un mundo de la tecnología avanza tanto que ahora todos estos medios convencionales se han ido adaptando con el pasar del tiempo, y ahora cada uno de estos

gracias a la venida del Internet, cada uno se encuentra en una plataforma especial, en el cual se han logrado desarrollar de manera que llega a más personas.

Con este gran avance surgen los que son las plataformas digitales que han hecho que a nivel mundial se logra avanzar en comunicación de manera exponencial y todo aquella que no logre avanzar a este ritmo quede en el olvido y no logre comprender las necesidades que en algún momento lleno a su grupo objetivo.

2.5.20.Redes Sociales

Los medios de comunicación convencionales tuvieron un desarrollo, que ahora es más accesible tener a ellos de una manera inmediata y no se tiene que esperar al día siguiente para lograr enterarse de algo nuevo. Estos han ido cambiando de una manera acelerada que están en un cambio constante e imparable.

Actualmente existen diversas plataformas que utilizan como plataformas digitales que se convirtieron para que las personas lograran interactuar con diferentes personas de diferentes países y poder lograr una interacción con casi todo el mundo.

El Internet se expandido por todo el mundo que incremento su propia información y sus capacidades y se ha convertido en una herramienta esencial para las personas de manera profesional y académica y también para un grupo de personas que desean saber más de un tema.

Con esto surgen lo que son las redes sociales, lo que hoy en día sirve para comunicarse y enterarse de noticias de último momento, también para encontrar a personas que se quieren encontrar.

Según (Faerman, 2007, pág. 160) es una estructura social que surge de un grupo de personas que se relacionan entre sí, física o virtualmente, llegan a formar comunidades según sean sus características o sus intereses profesionales, personales o de ocio.

Es así como este fenómeno permite encontrar, interrelacionar y fomentar el contacto con diversas personas, ya que se logra obtener una respuesta en segundos dentro de varias personas que probablemente tengan algún conocido en común, pero se encuentran a kilómetros de distancia y en ese instante lo único que los separa son los kilómetros de distancia ya que pueden tener una interacción como si se estuviera en el mismo lugar.

2.5.20.1. **Facebook**

Facebook es una de las pioneras en las redes sociales que obtuvo un impacto a nivel mundial, que ha ayudado a la innovación de los medios de comunicación y que cada vez sea una herramienta indispensable para el ser humano y su interacción en el mundo en todo sentido, ya que se puede conseguir trabajo, crear fuentes de trabajo, conocer personas, enterarse de noticias, etc.

(Faerman, 2007) dice que es una red social que sirve para entablar una comunicación con las personas que este desee.

Ayuda al incremento de la interacción social de manera inmediata, y conocer personas casi en cuestión de segundos.

Actualmente instituciones y las marcas desean tener presencia en las redes sociales para que sus seguidores o su grupo objetivo logre tener una persona recepción de información y también de un servicio personalizado e inmediato.

2.5.20.2. **Google Meet**

Es una plataforma digital que está funcionando desde hace poco tiempo, con la finalidad que las personas puedan desarrollar videoconferencias laborales desde los dispositivos móviles y en computadoras.

Según (Vicent, 2020) dice que *Google Meet* vino a sustituir a *Google Hangouts*, dentro de los que son las aplicaciones de GOOGLE para los profesionales. Esta con solo acceder a la página de meet.google.com o descargar la aplicación en cualquier dispositivo móvil puede uno a realizar una videoconferencia siempre y cuando uno cree su cuenta personal.

Esta plataforma tiene la capacidad de admitir a más de 250 participantes en el momento de realizar alguna videoconferencia o reunión, le da la opción de poder grabar la videoconferencia también como de compartir las pantallas en el caso de que el moderador necesite compartir presentaciones con los participantes que integran la videoconferencia.

2.5.20.3. Zoom

Está es una plataforma que sirve para videoconferencias, es la más reciente en la actualidad que ayuda a las empresas a mantener el trabajo digital, ayuda a que se vuelvan reuniones casi presenciales, ya que puede ingresar cierta cantidad de participantes y compartir pantalla para presentar alguna presentación que se desea dar a conocer.

Permite interactuar virtualmente con una cantidad de personas de trabajo o empleados cuando se tiene un inconveniente para reunirse, esta se ha convertido en una herramienta esencial que grupos pequeños, medianos y grandes desean utilizar para seguir con los flujos de comunicación del trabajo. (Tillman, 2020)

2.5.20.4. Google formularios

Es una herramienta que sirve para la creación de planificaciones de eventos, enviar encuestas, pregunta a personas, recopilación de datos entre muchas más.

Está viene en el paquete de lo que es Google y brinda una diversidad de opciones que ayuda a simplificar pasos en muchas tareas que anteriormente solían ser tardadas. Lo que más se utiliza es para el formulario de encuestas que ayuda a elaborar estudios de manera más simple y rápida. (Martínez, 2016)

2.5.21. Conflictos que puede existir en la comunicación

Estas son situaciones que se dan entre dos o más personas que se encuentran en una situación de desacuerdo u oposición de alguna situación que se juegan un papel importante de

emociones y situaciones donde las partes del conflicto puede salir en deterioro la relación en el proceso de la solución del conflicto.

Una orientación que ocupa un lugar preciso en las relaciones sociales de un individuo es un elemento que ha ido cambiando a lo largo de la historia. Este abarca desde las guerras y enfrentamientos armados, hasta la variación de las situaciones que se generan de diversas manifestaciones y resultados.

La comunicación y un conflicto llevan una relación de ciertas partes que implican un proceso de resolución que suele ser fundamental: puede servir de ayuda o se puede volver aún peor. En las relaciones de los seres humanos siempre tiene que existir el respeto, la honestidad y el entendimiento de ambas partes. (Juan Carlos, 1998)

Los distintos tipos de relaciones que pueden existir en un conflicto son:

- Poca relación / mucha relación.
- Confianza / desconfianza.
- Amistad / hostilidad.
- Huida / enfrentamiento.
- Calma / emocionalidad.
- Conocimiento / desconocimiento (prejuicio, tabú).

En una comunicación de jefe a empleado siempre debe tener una relación que tenga confianza, conocimiento, calma, calma para que pueda fluir de manera positiva y no se creen conflictos por malentendidos.

Así mismo en una institución siempre han conflictos, pero se deben tratar de solucionar de manera inmediata ya que esto puede llegar a provocar un ambiente hostil y pesado en el momento de ejecutar algún proyecto.

2.6. Alcances y límites de la Estrategia

Los alcances y límites de la estrategia de comunicación que podrá obtener mediante el desarrollo del proyecto y la aceptación de cada persona que tenga contacto con ella.

2.6.1. Alcances

Cada persona que trabaja dentro de la Alcaldía Municipal y nuestro grupo objetivo que requiera de servicios que brinda la institución, se logre satisfacer las necesidades que estos tengan y así mismo lograr solucionar problemáticas que impiden el poder accionar de manera eficiente las labores que se ejecutan y no lograr obtener un servicio de calidad hacia sus habitantes.

2.6.2. Límites

El no poder capacitar al personal con los talleres de la manera adecuada, y también que la estrategia de comunicación externa se quede estancada y no evoluciones según lo planificado.

2.7. Metodología para la aplicación de la Estrategia Comunicación

Con base al diagnóstico la investigación es de tipo descriptiva, con un enfoque cualitativo y cuantitativo es decir mixto, con una observación participativa, se pudo lograr y detectar los problemas, en recopilación de datos que se obtuvo en la institución, que se está enfocando a detectar problemas y en recopilar datos por medio de la observación y el contacto que se obtuvo de la institución.

Según (Sampieri, 2014) el tipo de método cualitativo es aquel que se puede utilizar en temas que no tienen mucha investigación y que se busca la manera de ir explorando de lo que no se haya realizado anteriormente respecto a un grupo en específico.

Con esta recopilación de información se pretende entender el comportamiento de las personas que conforman la Alcaldía Municipal de Santa Bárbara y como estos actúan y accionan en situaciones que van más allá por medio de la observación participativa.

Por medio de la observación participativa y de entrevistas a algunos trabajadores de la alcaldía de la Municipalidad de Santa Bárbara, para que por medios de su experiencia puedan mostrar de que maneras ellos visualizan los problemas que tienen que ver con comunicación en las diferentes maneras.

La metodología de la investigación que se desarrollará en el proyecto es de tipo descriptivo en su la fórmula de investigación, esto quiere decir una investigación descriptiva.

Se estaría trabajando una metodología preparatoria para la recolección de datos y precisar la naturaleza de estos, para describir diversos comportamientos sociales de una comunidad. En el caso de objeto de estudio es para mostrar de que maneras ser pueden provocar problemas de comunicación teniendo en cuenta que no se cuenta con un departamento de comunicación dentro de la alcaldía, que inicie sus relaciones tanto internas como externas.

2.8. Actividades para la Operatividad de la Estrategia

Desarrolló de cada una de video talleres, capacitaciones o implementación de recursos, para la Alcaldía Municipal de Santa Bárbara, Huehuetenango.

El fortalecimiento de la gestión municipal es el lo principal para que la institución refuerce sus fortalezas y logre quitar algunas amenazas o debilidades que suele tener.

2.8.1. Propuesta 1: Creación de la página de *Facebook*

Creación de la página de *Facebook*, para la Alcaldía Municipal de Santa Bárbara, Huehuetenango.

2.8.2. Propuesta 2: Guía de cómo administrar *Facebook*

Elaboración de una guía de cómo crear y administrar una página de *Facebook*, para la persona que esté a cargo de ella.

2.8.3. Propuesta 3: Vídeo capacitaciones de cómo administrar una página de *Facebook* y de cómo implementar y llevar a cabo una cartelera informativa

Vídeo capacitación de cómo administrar una página de *Facebook*, para lograr mejorar el flujo de efectividad de la página. Vídeo capacitación de cómo implementar una cartelera y como administrarla.

2.8.4. Propuesta 4: Vídeo talleres de gestión Municipal y de instituciones, interacción social, de actualización de medios de comunicación, autoestima y comunicación y las barreras de comunicación

Creación de 4 vídeo talleres en los cuáles se muestren ante cada uno de los encargados de cada departamento de la Alcaldía Municipal, en el cuál de manera inmediata y rápida, logren entender y comprender los errores y problemas que tiene y poder mejorar el servicio que se brinda.

En cada vídeo taller se quiere fortalecer cada uno de los departamentos y que logren resolver sus problemas de comunicación, por medio de las herramientas que se brinden evitándolos y creando nuevos canales de comunicación. Así mismo mejorar el servicio que brinda al Alcaldía y fortalecer a la institución.

2.9. Cronograma

Cronograma de etapas de ejecución del plan de comunicación con cada taller o capacitación que será aplicada dentro y fuera de la Alcaldía Municipal de Santa Bárbara, Huehuetenango.

No.	Objetivo	Feb.	Mar.	Abr.	Ma.	Jun.	Jul.	Agosto
1	Creación de página de <i>Facebook</i> para la Alcaldía.							
2	Implementación y creación de la página Oficial de <i>Facebook</i> de la Alcaldía Municipal, como primer medio de comunicación.							
3	Entrevista de profundidad a cada encargado de las dependencias de la Alcaldía, para lograr identificar las problemáticas de comunicación.							
4	Guía para cómo administrar y crear una página de <i>Facebook</i> .							
5	Vídeo taller de comunicación en la gestión Municipal y de instituciones.							
6	Vídeo taller de interacción social y de actualización de medios de comunicación para la Municipalidad.							
7	Vídeo capacitación de comunicación al encargado de llevar la página oficial de la Alcaldía Municipal en la red social de <i>Facebook</i> .							
8	Implementaciones y vídeo capacitación de canales de comunicación dentro de la Alcaldía Municipal con los departamentos existentes.							
9	Vídeo taller de barreras de comunicación que suelen existir en una institución. Sera dado para los concejales.							
10	Vídeo taller de autoestima y comunicación para encargado de cada departamento de la Alcaldía Municipal.							
11	Vídeo capacitación de implementación de cómo llevar a cabo una cartelera informativa dentro de la Alcaldía Municipal.							

Fuente: Elaboración propia.

2.10. Financiamiento

Se gestionarán con diferentes instituciones que tienen presencia en el municipio para la aportación de material de algunos talleres y también para poder implementar la cartelera informativa.

2.11. Presupuesto

Presupuesto de la implementación del plan de comunicación.

Objetivo	Actividad	Suma
1	Vídeo talleres dirigidas a los encargados de cada departamento de la Municipalidad de Santa Bárbara. <ul style="list-style-type: none">Elaboración cada vídeo para capacitar Q.700.00 x 4vídeos = Q.2,800.00	Q.2,800.00
2	Implementación de página de <i>Facebook</i> y el uso de ella. <ul style="list-style-type: none">Salario mínimo pago de un empleado municipal a cargo de crear contenido adecuado para la página, así como la realización de actividades. Q.2,290.00Creación de página de <i>Facebook</i> Q.500.00Vídeo capacitación de cómo administrar una página de <i>Facebook</i>. Q.700.00Guía de cómo elaborar y administrar una página de <i>Facebook</i>. Q.200.00Impresión de guía de <i>Facebook</i> Q.39.00	Q.3,729.00
3	Cartelera informativa <ul style="list-style-type: none">1 cartelera de 90 x 120 costo aproximado de cartelera es de Q.250.00.Vídeo capacitación de cómo llevar una cartelera informativa. Q.700.00	Q.950.00
4	Asesoría en comunicación organizacional mensual.	Q.8,000.00
	Total, inversión	Q.15,479.00

Fuente: elaboración propia.

2.12. **Beneficiarios**

A cada uno de los trabajadores de la Alcaldía Municipal de Santa Bárbara, Huehuetenango, y al Municipio en general de Santa Bárbara, que participe en ella y cree proyectos para el desarrollo del municipio, que este en constante búsqueda de desarrollo y de implementación de nuevas herramientas, para mejores resultados de manera interna y externa de la alcaldía y del municipio en general

2.13. **Recursos Humanos**

- Alcalde Efraín López Gómez.
- Síndico Primero Waldemar Cinto Sánchez.
- Everardo Gómez Gómez- Encargado de la Oficina Unidad de Acceso a la Información Pública.
- Henry Velary López Gómez- Oficial 1.
- Maria de los Angeles Ponce Sosa.
- Universidad de San Carlos de Guatemala.
- Escuela Ciencias de la Comunicación
- Doctor José María Torres.
- M.A. Evelin Morazán.

2.14. **Áreas Geográficas de Acción**

El plan de comunicación interno se llevará a cabo en la Alcaldía Municipal de Santa Bárbara, Huehuetenango, que se encuentra ubicado a 272 Kilómetros de la ciudad capital. En dicha institución se desarrollará el plan de comunicación interna.

El plan de comunicación externa se desarrollará en el municipio de Santa Bárbara, Huehuetenango para poder realizar acercamiento con la población que vive en el municipio y este logre tener una interacción positiva.

2.15. Cuadro Comparativo de la Estrategia

Cuadro en el cual se desglosen puntos del plan de comunicación que fueron ejecutados y bajo qué medidas.

Actividad o producto comunicacional	Objetivos específicos	Presupuesto	Recursos humanos	Área geográfica de impacto	Beneficiarios	Fecha de ejecución
Detectar los medios de comunicación que existen dentro de la Alcaldía.	Lograr generar un servicio eficiente para los trabajadores y habitantes del municipio que soliciten apoyo de la institución, resolviendo sus problemas de manera inmediata.	Q.250.00	Investigador: Maria de los Angeles Ponce Sosa.	Alcaldía Municipal de Santa Bárbara, Huehuetenango.	Trabajadores de la Alcaldía Municipal de Santa Bárbara.	18.02.2020 al 28.02.2020.
Implementación y creación de la página Oficial de <i>Facebook</i> de la Alcaldía Municipal, como primer medio de comunicación.	Lograr generar un servicio eficiente para los trabajadores y habitantes del municipio que soliciten apoyo de la institución, resolviendo sus problemas de manera inmediata.	Q.2,290.00	Investigador: Maria de los Angeles Ponce Sosa.	Alcaldía Municipal de Santa Bárbara, Huehuetenango.	Habitantes y trabajadores del Municipio de Santa Bárbara.	02.03.2020 al 13.03.2020.
Creación de una guía de cómo administrar y crear una página de <i>Facebook</i> .	Lograr generar un servicio eficiente para los trabajadores y habitantes del municipio que soliciten apoyo de la institución, resolviendo sus problemas de manera inmediata.	Q.239.00	Investigador: Maria de los Angeles Ponce Sosa.	Alcaldía de Santa Bárbara, Huehuetenango.	Encargado de llevar las redes sociales.	19.08.2020.
Entrevista de profundidad a cada encargado de las dependencias de la Alcaldía, para lograr identificar las problemáticas de comunicación.	Lograr generar un servicio eficiente para los trabajadores y habitantes del municipio que soliciten apoyo de la institución, resolviendo sus problemas de manera inmediata.	Q.250.00	Dr. José María Torres. M.A. Evelyn Morazán. Investigador: Maria de los Angeles Ponce Sosa.	Alcaldía Municipal de Santa Bárbara, Huehuetenango.	Trabajadores de la Alcaldía Municipal de Santa Bárbara.	06.07.2020 al 21.07.2020.
Vídeo taller de comunicación en la gestión Municipal y de instituciones.	Aumentar el flujo de efectividad en el desarrollo de proyectos que incrementen el desarrollo tanto de la institución como del municipio.	Q.700.00	Dr. José María Torres. M.A. Evelyn Morazán. Investigador: Maria de los Angeles Ponce Sosa.	Alcaldía Municipal de Santa Bárbara, Huehuetenango.	Trabajadores de la Alcaldía Municipal de Santa Bárbara.	10.08.2020.

Vídeo taller de interacción social y de actualización de medios de comunicación para la Municipalidad.	Aumentar el flujo de efectividad en el desarrollo de proyectos que incrementen el desarrollo tanto de la institución como del municipio.	Q.700.00	Dr. José María Torres. M.A. Evelyn Morazán. Investigador: Maria de los Angeles Ponce Sosa.	Alcaldía Municipal de Santa Bárbara, Huehuetenango.	Trabajadores de la Alcaldía Municipal de Santa Bárbara.	12.08.2020.
Vídeo capacitación de comunicación al encargado de llevar la página oficial de la Alcaldía Municipal en la red social de FACEBOOK.	Aumentar el flujo de efectividad en el desarrollo de proyectos que incrementen el desarrollo tanto de la institución como del municipio.	Q.700.00	Dr. José María Torres. M.A. Evelyn Morazán. Investigador: Maria de los Angeles Ponce Sosa.	Alcaldía Municipal de Santa Bárbara, Huehuetenango.	Municipio de Santa Bárbara.	14.08.2020.
Implementaciones y vídeo capacitación de canales de comunicación dentro de la Alcaldía Municipal con los departamentos existentes.	Lograr generar un servicio eficiente para los trabajadores y habitantes del municipio que soliciten apoyo de la institución, resolviendo sus problemas de manera inmediata.	Q.950.00	Dr. José María Torres. M.A. Evelyn Morazán. Investigador: Maria de los Angeles Ponce Sosa.	Alcaldía Municipal de Santa Bárbara, Huehuetenango.	Encargado de la pagina de FaceBook.	17.08.2020.
Vídeo capacitación de implementación de cómo llevar a cabo una cartelera informativa dentro de la Alcaldía Municipal.	Lograr generar un servicio eficiente para los trabajadores y habitantes del municipio que soliciten apoyo de la institución, resolviendo sus problemas de manera inmediata.	Q.250.00	Dr. José María Torres. M.A. Evelyn Morazán. Investigador: Maria de los Angeles Ponce Sosa.	Alcaldía Municipal de Santa Bárbara, Huehuetenango.	Encargado de la pagina de FaceBook.	19.08.2020.
Vídeo taller de autoestima y comunicación para encargado de cada departamento de la Alcaldía Municipal.	Aumentar el flujo de efectividad en el desarrollo de proyectos que incrementen el desarrollo tanto de la institución como del municipio.	Q.700.00	Dr. José María Torres. M.A. Evelyn Morazán. Investigador: Maria de los Angeles Ponce Sosa.	Alcaldía Municipal de Santa Bárbara, Huehuetenango.	Trabajadores de la Alcaldía Municipal de Santa Bárbara.	24.08.2020.
Vídeo taller de barreras de comunicación que suelen existir en la alcaldía municipal. Sera dado a concejales.	Aumentar el flujo de efectividad en el desarrollo de proyectos que incrementen el desarrollo tanto de la institución como del municipio.	Q.700.00	Dr. José María Torres. M.A. Evelyn Morazán. Estudiante en comunicación	Alcaldía Municipal de Santa Bárbara, Huehuetenango.	Concejales de la Alcaldía Municipal.	26.08.2020.



Capítulo 3



3. Informe de ejecución

3.1. Estrategia # 1 Creación de la Página de *Facebook*

3.1.1. Objetivo de la actividad

Crear una página de *Facebook* institucional para la Alcaldía Municipal de Santa Bárbara, Huehuetenango, ya que no contaban con una y era importante en estos momentos de la pandemia y poder distribuir la información de manera inmediata en cuestiones de medidas para la colaboración de los pobladores así también para que logren tener un mejor contacto el Municipio en dar a conocer las noticias e información de manera inmediata. también para agilizar y modernizar algunos servicios que son necesarios para la población.

3.1.2. Público objetivo

Pobladores del Municipio de Santa Bárbara, colabores de la institución e instituciones que trabajen en la Alcaldía y Municipio, que necesiten tener un contacto inmediato con la institución para lograr mejorar la comunicación.

3.1.3. Medio utilizado

Redes sociales, en este caso se utilizó la red social de *Facebook*, para la creación de la página.

3.1.4. Área geográfica de impacto

Municipio de Santa Bárbara, Huehuetenango.

3.1.5. Presupuesto invertido en esta acción

Actividad	Costo	Elaborador
Creación de la página de <i>Facebook</i> .	Q.500.00	Por la estudiante en Comunicación, Maria de los Angeles Ponce Sosa.

Fuente: elaboración propia.

Validación: <https://www.facebook.com/Alcald%C3%ADa-Municipal-Santa-Bárbara-Huehuetenango-102414824715195>



3.2. Estrategia # 2 Guía cómo administrar una página de *Facebook*

3.2.1. Objetivo de la actividad

Con la guía elaborada el encargado de administrar la página de *Facebook* pueda entender cómo se crea desde el primer paso hasta el resultado final, así mismo también que este logre comprender de que manera puede mejorar la interacción con los seguidores de la página. De esta manera lograra generar un contenido también adecuado al rango de seguidores que va incrementando constantemente.

3.2.2. Público objetivo

Personal encargado de la página oficial de Facebook de la Alcaldía Municipal de Santa Bárbara.

3.2.3. Medio utilizado

Se realizo en PDF, pero también se imprimió.

3.2.4. Área geográfica de impacto

Encargado de administrar la página de *Facebook*.

3.2.5. Presupuesto invertido en esta acción

Actividad	Costo	Elaborador
Diseño y creación de guía para administra una página de <i>Facebook</i> .	Q.200.00	Por la estudiante en Comunicación, Maria de los Angeles Ponce Sosa.
Impresión de la guía en papel revista.	Q.39.00	Por la estudiante en Comunicación, Maria de los Angeles Ponce Sosa.

Fuente: elaboración propia.

Comprobación de la guía diseñada



3.3. Vídeo capacitaciones de cómo administrar una página de Facebook y de cómo implementar y llevar a cabo una cartelera informativa

3.3.1. Objetivo de la actividad

La elaboración de contenido adecuado para los seguidores de una página de *Facebook* es fundamental para la aceptación de la información o el contenido que se está dando a conocer. También para dar a conocer las demás herramientas que puede utilizar en la administración de una página de Facebook, cómo puede fortalecer la imagen de la institución. Elaboración de que elementos son necesarios que lleve una cartelera informativa y cómo mantenerla actualizada.

3.3.2. Público objetivo

Seguidores de la página de Facebook de la página de la Alcaldía Municipal de Santa Bárbara, Huehuetenango.

Implementación de cartelera: Pobladores del Municipio de Santa Bárbara, Huehuetenango.

Vídeo de capacitación de cómo llevar una cartelera: a la persona que está también a cargo de administrar la página de *Facebook*, de la institución.

3.3.3. Medio utilizado

Vídeo canal de YouTube.

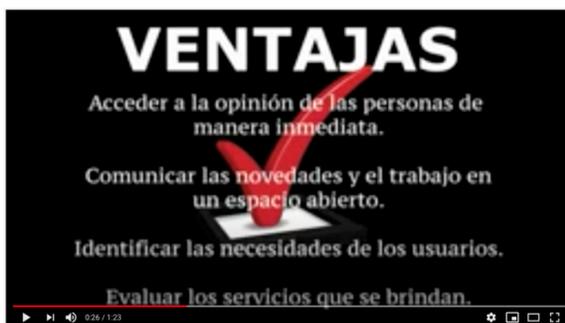
3.3.4. Área geográfica de impacto

Encargado de administrar la página de *Facebook*, de la Alcaldía Municipal de Santa Bárbara, Huehuetenango.

3.3.5. Presupuesto invertido en esta acción

Actividad	Costo	Elaborador
Creación de vídeo capacitación de cómo administrar una página de Facebook	Q.700.00	Por la estudiante en Comunicación, Maria de los Angeles Ponce Sosa.
Vídeo de capacitación de cómo llevar una cartelera informativa.	Q.700.00	Por la estudiante en Comunicación, Maria de los Angeles Ponce Sosa.
Implementación de una cartelera informativa.	Q.250.00	Según sea cotizado la cartelera y la instalación.

Fuente: elaboración propia.



Capacitación de como administrar una página de Facebook



Capacitación de cómo llevar una cartelera informativa

Validación: <https://youtu.be/4QweX0INDnU>https://youtu.be/l0kQFdBH_Zg

3.4. Estrategia # 3 Vídeo talleres de gestión Municipal y de instituciones, interacción social, de actualización de medios de comunicación, autoestima y comunicación y de barreras de comunicación

3.4.1. Objetivo de la actividad

Creación de cuatro vídeo talleres en los cuáles se refuercen la autoestima, las barreras comunicacionales, actualización de medios de comunicación, el fortalecimiento de la gestión municipal y la interacción social, estos temas ayudaran a que cada encargado de cada uno de los departamentos que integra la Alcaldía Municipal de Santa Bárbara.

3.4.2. Público objetivo

Encargados de cada departamento de la Alcaldía Municipal de Santa Bárbara, Huehuetenango.

3.4.3. Medio utilizado

Vídeo canal de YouTube.

3.4.4. Área geográfica de impacto

Alcaldía Municipal de Santa Bárbara, Huehuetenango.

3.4.5. Presupuesto invertido en esta acción

Actividad	Costo	Elaborador
Vídeo taller de comunicación en la gestión Municipal y de instituciones.	Q.700.00	Por la estudiante en Comunicación, Maria de los Angeles Ponce Sosa.
Vídeo taller de interacción social y de actualización de medios de comunicación.	Q.700.00	Por la estudiante en Comunicación, Maria de los Angeles Ponce Sosa.
Vídeo taller de autoestima y comunicación para encargados de cada departamento de la Municipalidad.	Q.700.00	Por la estudiante en Comunicación, Maria de los Angeles Ponce Sosa.
Vídeo taller de barreras de comunicación que suelen existir en una institución.	Q.700.00	Por la estudiante en Comunicación, Maria de los Angeles Ponce Sosa.

Fuente: elaboración propia.



Validación: <https://youtu.be/MbZS0xX3Br4>

Validación: <https://youtu.be/v9hRwVwxmHc>

Validación: <https://youtu.be/-fGGv9rr8x0>

Validación: https://youtu.be/MIgXqea_zEo

3.4 Actividades y calendarización

Cronograma de cuando se inició con el Programa EPSUM y se dejó de trabajar.

Universidad de San Carlos de Guatemala						
Escuela de Ciencias de la Comunicación						
Cronograma de actividades del EPSL 2020						
Primera parte de Inicio 19 de febrero al 15 de marzo						
No.	Actividad	Meses				
		Febrero		Marzo		
Meses		S4	S5	S1	S2	S3
Semanas		S4	S5	S1	S2	S3
1	Presentación ante las autoridades de la Alcaldía Municipal de Santa Bárbara.					
2	Presentación ante las autoridades del equipo completo del equipo de EPSUM.					
3	Visita al río Arroyo, del caserío Arroyo del Municipio de Santa Bárbara, para recolección de fotografías y ayudar a la epesista de Medicina en elaboración de charlas de medio ambiente.					
4	Inicio de Actividades en la Alcaldía de Santa Bárbara, Huehuetenango.					
5	Visita a la Aldea Moxnan y Tojchiguel del Municipio de Santa Bárbara, para ver los posibles proyectos a desarrollar.					
6	Presentación de los epesistas ante el COMUSAN, del Municipio de Santa Bárbara.					
7	Reunión con el encargado del CAP de Santa Bárbara, para mostrarle los beneficios de la creación de una página de FACEBOOK, y aparte la estrategia que se pudiera generar sin mucho costo.					
8	Desarrollo y planificación de la campaña de Publicidad que se llevara a cabo en el Municipio de Santa Bárbara.					
9	Generar Trabajo de reporte de cómo están los demás Municipios de Huehuetenango, para mostrar evidencia.					
10	Visita a los Municipios de Nentón, Jacaltenango, San Pedro Nécta y la libertad par generar campañas publicitarias.					
11	Reunión del COMUSAN para la elaboración de un FODA a nivel de Municipio.					
12	Primer COMUDE solo se asistió a la reunión.					

Fuente: elaboración propia.

4. Conclusiones

1. A pesar de las circunstancias cómo se elaboró la presente investigación, se logró recabar información y crear un plan de comunicación con estrategias adecuadas para la Alcaldía Municipal de Santa Bárbara, Huehuetenango.
2. Asimismo, se debe seguir analizando y evaluando cada una de las problemáticas en comunicación en la institución, ya que muchas veces por falta de interés y seguimiento de algunos.
3. De esta manera los colaboradores identificaran de manera inmediata las carencias con las que cuenta la institución y lograr resolverlas.
4. Seguir examinando los medios de comunicación adecuados para los habitantes del Municipio de Santa Bárbara cómo de las instituciones que tienen presencia en el Municipio.
5. De igual forma, se cree importante establecer más medios de comunicación que sirvan para mejorar el servicio que brinda la institución sino al Municipio en general.
6. Por lo tanto, el Municipio y la institución tiene las herramientas adecuadas para desarrollar proyectos competitivos que ayuden al desarrollo de cada uno de sus habitantes y puedan ellos mejorar la calidad de vida que se tiene.

5. Recomendaciones

1. Capacitar a los colaboradores de cada departamento constantemente, para lograr tener mejores metas tanto a mediano, corto y largo plazo.
2. Tratar de conocer los proyectos que las instituciones llegan a implementar, para saber si realmente serán funcionales en el Municipio antes de empezar a ejecutarlos, exigir un estudio previo.
3. Seguir generando contenido, que sea dinámico con los seguidores de la página de *Facebook*, para que puedan tener mayor alcance y una mejor imagen.
4. Tratar de fortalecer las relaciones públicas mediante la página de *Facebook*, elaborando contenido acerca de los proyectos que la Alcaldía Municipal está llevando a cabo.
5. Crear un departamento de comunicación, para poder mejorar tanto las relaciones públicas y poder ayudar a fortalecer los proyectos que se estén ejecutando, evitando barreras comunicacionales que surjan en el transcurso del desarrollo.
6. Contratar a una persona que se encargue de llevar las redes sociales y la imagen pública tanto de la institución como del Municipio.

6. Fuentes de consulta

Bibliografía

1. Sampieri, D. R. (2014). *Metodología de la Investigación*. Mc Graw- Hill / Interamericana Editores, S.A. de C.V.
2. Melgar, M. I. (2016). *Comercialización y organización empresarial (Crianza y engorde de ganado Bovino) y proyecto de producción de Block, Municipio de Santa Bárbara, Huehuetenango*. Universidad de San Carlos de Guatemala.
3. Álvarez, D. H. (2013). *Diagnóstico socioeconómico, potencialidades productivas y propuestas de inversión, Municipio de Santa Bárbara, Huehuetenango*. Universidad de San Carlos de Guatemala.
4. Amaya, L. G. (2005). *Diagnostico socioeconomico, potencialidades productivas y propuesta de inversión- Comercialización (Carpintería)m Municipio de Santa Bárbara, Huehuetenango*. Universidad de San Carlos de Guatemala.
5. Bárbara, A. S. (2010). *PDM-Plan de Desarrollo Municipal, Santa Bárbara, Huehuetenango*. Santa Bárbara, Huehuetenango: SEGEPLAN.
6. Alarcón., J. (2013). *Lo subyacente en las comunicaciones interpersonales*. Guatemala.
7. Ávila, R. g. (2014). *Crítica de la comunicación organizacional*. México: UNAM.
8. Mallen, J. I. (2005). *Comunicar para crear valor, la dirección de comunicación en las organizaciones*. España: 2da. edición universitarias, Navarra, S.A.
9. Favaro, D. A. (2008). *Comunicación organizacional; planificación de la comunicacion en grupos y organizaciones*. Argentina: Editorial Creas.
10. Interiano, C. (2008). *Elementos de persuasión*. Guatemala: Editorial Estudiantil Fénix.
11. Kahn Robert L., K. D. (2008). *Psicología social de las organizaciones*. México: Editorial Trillas.
12. López, W. E. (2008). *Planificación publicitativa y su relación con la mercadotecnia; una introducción al estudio de la publicidad*. Guatemala.
13. Dunn Watson, S. (1993). *Publicidad- Su papel en la mercadotecnia moderna*. D.F, México: Grupo Noriega Editores.

14. Velásquez, C. A. (2012). *Semiología del mensaje estético*. Ciudad de Guatemala: Editorial Eco.
15. Bran, J. F. (2008). *Análisis de estrategias de comunicación educativa para el fomento de la cultura tributaria en los estudiantes de nivel primario*. Ciudad de Guatemala: Universidad de San Carlos de Guatemala.
16. Corella, A. R. (2008). *Comunicación estratégica en las organizaciones*. México: Editorial Trillas.
17. Bunge, M. (2004). *La investigación científica- su estrategia y su filosofía*. México: Editores Argentina, S.A.
18. Fernández, C. (1997). *La comunicación en las organizaciones*. México: Trillas.
19. Goleman, D. (1999). *La inteligencia emocional*. Argentina: Grupo ZETA.
20. González, J. C. (2005). *Autoexpresión y comunicación interpersonal en la organización*. Ciudad de La Habana: Logos.
21. Goldhaber, G. (1990). *Comunicación organizacional*. México: Diana técnico.
22. R., F. P. (1997). *La esencia de la comunicación*. México: Prentice Hall Hispanoamericana, S.A.
23. Maletzke, G. (1970). *Psicología de la comunicación de masas*. Ed. Ciespel.
24. Nosnik, A. (2005). *La comunicación productiva: Un nuevo enfoque teórico. Las teorías de la comunicación* .
25. Robbins, S. (1994). *Comportamiento organizacional*. México: Prentice Hall Hispanoamericana, S.A.
26. Trelles, I. (2001). *Comunicación organizacional* . La Habana: Félix Varela.
27. Reyes, C. V. (2010). *Funciones de la comunicación*. PREPA UNO.
28. Rivera, M. R. (2006). *Modelo de gestión de comunicación para el cambio organizacional en Guatemala*, . Ciudad de Guatemala: Universidad de San Carlos de Guatemala- Escuela de Ciencias de la Comunicación.
29. Monterroso, B. L. (2010). *Consultoría en comunicación en organizacional interna en inversiones Moka, S.A. Café Gitane*. Ciudad de Guatemala: Universidad de San Carlos de Guatemala- Escuela de Ciencias de la Comunicación.
30. Daniel, K. R. (2008). *Psicología social de las organizaciones*. México: Trillas.
31. Fraco, G. (2005). *La comunicación en la Familia*. España: Palabras, S.A.

32. Sherkovi. (1985). *La comunicación y los mass media*. España: 2ª. Edición, editorial Mensajero.
33. Faerman, J. (2007). *Faceboom*. Argentina: Alienta.
34. Branden, N. (1997). *El poder del la autoestima* . Barcelona: Paidós.
35. Juan Carlos, B. S. (1998). *Canalñes del conflicto, mediación de conflictos e instituciones educativas, manual para la formación de mediadores*.
36. Prado, J. D. (2014). *La observación como técnica para evaluaciones psicosociales*. IMF Business School .

E- Grafía

1. Bárbara, M. d. (2009). Obtenido de <https://www.deguate.com/municipios/pages/huehuetenango/santa-barbara/municipalidad.php>
2. HUEHUETENANGO, D. S. (2017). Obtenido de <http://www.siinsan.gob.gt/siinsan/wp-content/uploads/DIAGNOSTICO-SITUACION-SAN-SANTA-BARBARA-HUEHUETENANGO.pdf>
3. Pico, I. (2017). *Psico iico*. Obtenido de <https://psicopico.com/tipos-fases-observacion-del-comportamiento/>
4. L, F. (20 de abril de 2004). *Instituto Nacional de Seguridad e Higiene en el Trabajo*. Obtenido de <http://www.insht.es/InshtWeb/Contenidos/Documentacion/>
5. Matias, R. L. (Diciembre de 2016). *Una herramienta esencial para el estudio de la empresa*. Obtenido de FODA: <https://www.analisisfoda.com>
6. Designificados. (27 de Julio de 2020). *De Significados*. Obtenido de <https://designificados.com/diagnostico/>
7. Significados. (16 de Febrero de 2017). *Significado*. Obtenido de Significados: <https://www.significados.com/encuesta/>
8. investigación, I. d. (20 de julio de 2014). *Tipos de investigación*. Obtenido de Instrumentos de investigación : <https://tiposdeinvestigacion.org/instrumentos-de-investigacion/>
9. Yanez, D. (2013). *Enfoque de la investigación: tipos y características*. Obtenido de Lifeder.com: <https://www.lifeder.com/enfoque-investigacion/>
10. Vicent, J. (27 de abril de 2020). *Trecebits.com*. Obtenido de Qué es Google Meet y cómo usarlo: <https://www.trecebits.com/2020/04/27/que-es-google-meet-y-como-usarlo/>
11. Tillman, M. (22 de Mayo de 2020). *Pocket-lint*. Obtenido de ¿Qué es Zoom y cómo funciona?: <https://www.pocket-lint.com/es-es/aplicaciones/noticias/151426-que-es-el-zoom-y-como-funciona-ademas-de-consejos-y-trucos>
12. Martínez, A. B. (21 de abril de 2016). *Formularios Google. Una herramienta estrella de Google*. Obtenido de Observatorio del Gabinete de Tele-Educación:

<https://blogs.upm.es/observatoriogate/2016/04/21/formularios-google-una-herramienta-estrella-de-google/>

13. Ruiz, R. (2007). *El método científico y sus etapas*. <http://www.index-f.com/lascasas/documentos/lc0256.pdf>.

ANEXOSI: Entrevistas de diagnóstico

Transcripción de entrevistas

Objetivo de la entrevista: se realizarán diversas entrevistas estructuradas de una manera que sea con el fin de recabar información exacta, para poder destacar las problemáticas de comunicación que expresa la alcaldía municipal de Santa Bárbara.

Formato para la elaboración de entrevistas:

Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Ejercicio Profesional Supervisado
Alcaldía Municipal Santa Bárbara, Huehuetenango
Entrevista de profundidad
Entrevistadora: Maria de los Angeles Ponce Sosa
Carné: 201321970
DPI: 2699 69748 0101



Entrevista a Departamentos de la alcaldía Municipal

1. ¿Cree que es eficiente la comunicación que se maneja en su departamento?
2. ¿Existe comunicación interna de la municipalidad entre cada departamento?
3. ¿Trabajan con instituciones dentro de su departamento? ¿Cuáles?
4. ¿Le ha costado desarrollar algún proyecto por falta de comunicación?
5. ¿Cree que la alcaldía necesita un departamento de comunicación?
6. ¿Ha tenido inconvenientes a la hora de solucionar un problema por falta de comunicación? ¿Cuáles?
7. ¿Cree usted que ha tenido problemas para desarrollar un proyecto por falta de comunicación tanto interna cómo externa en la Municipalidad?
8. ¿Cuál cree usted que son las debilidades o amenazas que tienen en la Alcaldía?
9. ¿Cree usted que tienen buena comunicación con las instituciones? ¿Por qué?
10. ¿Le gustaría que la alcaldía trabajara en conjunto con los demás departamentos, para obtener mejores resultados?
11. ¿Cuál cree usted que es la barrera más grande que tiene la alcaldía? ¿Por qué?
12. ¿Cuál ha sido la constante falla, el error o la necesidad de la Alcaldía a nivel de comunicación interna?
13. ¿Quisiera que se les diera una capacitación en términos de comunicación?
14. ¿Cree que es necesaria la inversión en comunicación, si esta ayudará al desarrollo del municipio?

Fuente: elaboración propia.

Primera presentación en la alcaldía Municipal de Santa Bárbara, en donde se conoció a las autoridades y algunos de los otros departamentos que se encuentran.



Fuente: Imagen propia.

Reunión con el encargado del CAP de Santa Bárbara, el Dr. Dony Cardona, en el cual se dio a conocer como se podría trabajar la página de *Facebook* que fue creada con el fin de que el personal pudiera trabajar internamente y también fortalecer la gestión Municipal en la interacción de la página de *Facebook* de la alcaldía de Santa Bárbara.



Fuente: Imagen propia.

Recorrido del Río Arroyo del Caserío Arroyo, Santa Bárbara, Huehuetenango en el cuál se dio a conocer los escasos de agua que existe y la contaminación y se vio de que manera se podría implementar algún sistema para evitar quedarse sin agua, en este recorrido tambien asistió la estudiante Katherine López de Medicina que esta en el puesto de salud del Caserío Arroyo.



Fuente: Imagen propia.



Fuente: Imagen propia.

Reunión con la Corporación de la Alcaldía Municipal con todo el Equipo Multidisciplinario de EPSUM, para darle a conocer como se iba a trabajar el proyecto Multidisciplinario, y que ellos asignaran la Aldea que querían que fuera intervenida.



Fuente: Imagen propia.

Las siguientes fotografías son los días EPSUM, antes de que existiera la crisis del COVID-19.



Fuente: Imagen propia.



Fuente: Imagen propia.



Fuente: Imagen propia.



Fuente: Imagen propia.

ANEXO III: Páginas de *Facebook* de la Alcaldía de Santa Bárbara cómo la del CAP de Santa Bárbara, Huehuetenango



Fuente: Imagen propia.



Fuente: Imagen propia.

ANEXO IV: Cotizaciones

Cotización de creación de página y guía *Facebook*

Creación de página y guía de <i>Facebook</i>			
No.	Descripción de la acción	Cantidad	Precio
1	Creación de una página de Facebook institucional desde cero.	1	Q.500.00
2	Guía de como elaborar y administrar una página de <i>Facebook</i> .	1	Q.200.00
3	Precio por impresión de guía.	1	Q.39.00
		Total Q. 970.00	

Fuente: elaboración propia.

Cotizaciones de vídeos

Cotización de vídeos					
No.	Descripción del vídeo	Canitdad	Duración	Precio de cada vídeo	Total de cada vídeo
1	Vídeo capacitaciones	2	1 minuto c/u	Q.700.00	Q.1,400.00
2	Vídeo talleres	4	1 minuto c/u	Q.700.00	Q. 2,800.00
				Total en vídeos Q. 4,200.00	

Fuente: elaboración propia.

Cotización de cartelera informativa

Implementación de cartelera informativa				
No.	Descrpción del producto	Cantidad	Precio unitario	Precio total
1	Cartelera de 90 X 120, de corcho.	1	Q.250.00	Q.250.00
			Total Q.250.00	

Fuente: elaboración propia.

ANEXO V: Material elaborado para ser publicado en la página de *Facebook* de la Alcaldía Municipal de Santa Bárbara



Fuente: Imagen propia.



Fuente: Imagen propia.

**AGRADECIMIENTO A LAS PERSONAS
QUE SE UNIERON EL DÍA DE HOY A LA
LIMPIEZA DEL MUNICIPIO:**

**COCODES
Autoridades comunitarias
Personal de Salud
Taxistas
Tuctuqueros
Comerciantes
Vecinos del Casco Urbano
Concejo Municipal y trabajadores municipales**



Fuente: Imagen propia.

AVISO IMPORTANTE DE NUEVAS MEDIDAS DE PREVENCIÓN

A los vecinos del municipio de Santa Bárbara,
se les informa que por disposición del
Presidente de la República de Guatemala que
a partir del **lunes 13 de abril del presente año**,
estamos obligados a protegernos con mascarillas,
caso contrario nos sancionarán de manera drástica.
Esta medida de prevención del **CORONAVIRUS
(COVID-19)**.

Es por eso que debemos de hacer caso,

Dios nos bendiga y nos proteja.



Fuente: Imagen propia.

BÚSQUEDA IMPORTANTE

Querido Municipio de Santa Bárbara,
quisieramos que nos ayudaran en la
búsqueda de una persona o de los familiares
de está.

Quisieramos saber si conocen a la **Sr.
Margarita López** o si conocen a algun
familiar, amigo de la familia, que nos pueda
ayudar a contactarla.

**Ya que su hija Rosa Imelda López y sus hijos
están buscando a la Señora.**

Si alguien supiera del paradero de la señora
o de algun familiar de ella, se puede comunicar al
numero de teléfono: 43884302 o al 41797303.



Fuente: Imagen propia.



Se hace entrega de donación de materiales por parte
de la Alcaldía Municipal, termómetros infrarrojos,
guantes, mascarillas y gel antibacterial, hacia el CAP.

Fuente: Imagen propia.



Agradecimiento a los comerciantes del Mercado Municipal del Municipio por acatar las órdenes que se tomaron y que las implementaron de manera inmediata.

Fuente: Imagen propia.



Se hace entrega de donación de materiales por parte de la Alcaldía Municipal, termómetros infrarrojos, guantes, mascarillas y gel antibacterial, hacia el CAP.

Fuente: Imagen propia.



Fuente: Imagen propia.



Fuente: Imagen propia.



Se hace entrega de donación de materiales por parte de la Alcaldía Municipal, termómetros infrarrojos, guantes, mascarillas y gel antibacterial, hacia el CAP.

Fuente: Imagen propia.



**MUNICIPALIDAD DE SANTA BÁRBARA HUEHUETENANGO,
DEPARTAMENTO DE HUEHUETENANGO
GUATEMALA C. A.**

EN MI CALIDAD DE ALCALDE MUNICIPAL DE SANTA BÁRBARA HUEHUETENANGO, DEPARTAMENTO DE HUEHUETENANGO, ANTE LA PRESENTE SITUACIÓN QUE REPRESENTA LA PANDEMIA DE COVID-19.

PROCEDO A INFORMAR EN CUANTO A LAS SIGUIENTES DISPOSICIÓN:
El día de HOY, se sostuvo una reunión con participación de Autoridades Locales y se llevo al siguiente acuerdo.

1. DEJAR SUSPENDIDOS LOS DÍAS DE PLAZA ya no llevará a cabo los días de plaza que se habian normado, o sea los días Lunes y Martes.
2. SE DISPONE QUE LOS DÍAS DE PLAZA SE LLEVARÁN A CABO DE LUNES A VIERNES, DE LA FORMA SIGUIENTE:
Se llevará a cabo en cada una de las comunidades, de la manera siguiente.
 - a). Los días de Plaza en las aldeas se llevará a cabo de la forma siguiente:
LUNES, será para las comunidades de TOJCHIGUEL, se efectuará en la comunidad de TOJCHIGUEL.
MARTES, será para las comunidades de CRUZ QUEMADA, se Efectuará en CRUZ QUEMADA CENTRO.
MARTES, para las comunidades POTRERO, JOLENTZAJ, HIERBA BUENA y TUIMOJBAP, IXCANSCHUJ Y TOJ TZUNAL, quienes la efectuarán en la población.
MIÉRCOLES, corresponde a la comunidades de XOCONILAJ, la cual se llevará a cabo en la ALDEA XOCONILAJ.
MIÉRCOLES: para las comunidades de TIERRA BLANCA, PAVANTZOM RANCHO VIEJO, LAS CRUCES, TALJALBAL, la cual se llevará a cabo en la población urbana de la CABECERA MUNICIPAL.
JUEVES, comunidades de CHICOL, en donde se incluye. CASERÍO LA VEGA y CERRO GAVILAN, será en ALDEA CHICOL.
JUEVES SERÁ, para las comunidades de TOJCAIL, se realizará en TOJCAIL.
VIERNES, para las comunidades de SAC PIC, será a cabo en la comunidad de el CARBONERO.
VIERNES, para los habitantes de la población, y sus CASERÍOS, será en la CABECERA MUNICIPAL.

La Municipalidad se compromete a dialogar con los vendedores a quienes se les proporcionará el listado de la forma que quedó establecido en cuanto a los días de mercado.

LOS HORARIOS SERÁN DE CINCO A DOCE HORAS, tal y como quedó dispuesto en la Reunión del COMUDE. Quedando responsables los Consejos Comunitarios de Desarrollo en cuanto a que se respete esta norma.

SANTA BÁRBARA HUEHUETENANGO, 22 DE MAYO DEL AÑO 2020.

EFRAIN LOPEZ GOMEZ
ALCALDE MUNICIPAL

Fuente: Imagen propia.



**MUNICIPALIDAD DE SANTA BÁRBARA HUEHUETENANGO,
DEPARTAMENTO DE HUEHUETENANGO
GUATEMALA C. A.**

EN MI CALIDAD DE ALCALDE MUNICIPAL DE SANTA BÁRBARA HUEHUETENANGO, DEPARTAMENTO DE HUEHUETENANGO, ANTE LA PRESENTE SITUACIÓN QUE REPRESENTA LA PANDEMIA DE COVID-19.

PROCEDO A INFORMAR EN CUANTO A LAS SIGUIENTES DISPOSICIÓN:
El día de HOY, se sostuvo una reunión con participación de Autoridades Locales y se llevo al siguiente acuerdo.

- 1. DEJAR SUSPENDIDOS LOS DÍAS DE PLAZA** ya no llevará a cabo los días de plaza que se habían normado, o sea los días Lunes y Martes.
- 2. SE DISPONE QUE LOS DÍAS DE PLAZA SE LLEVARÁN A CABO DE LUNES A VIERNES, DE LA FORMA SIGUIENTE:**
Se llevará a cabo en cada una de las comunidades, de la manera siguiente:
 - a) Los días de Plaza en las aldeas se llevará a cabo de la forma siguiente:
LUNES, será para las comunidades de **TOJCHIGUEL**, se efectuará en la comunidad de **TOJCHIGUEL**.
MARTES, será para las comunidades de **CRUZ QUEMADA**, se Efectuará en **CRUZ QUEMADA CENTRO**.
MARTES, para las comunidades **POTRERO, JOLENTZAJ, HIERBA BUENA Y TUIMOJBAP, IXCANSCHUJ Y TOJ TZUNAL**, quienes la efectuarán en la población.
MIÉRCOLES, corresponde a la comunidades de **XOCONILAJ**, la cual se llevará a cabo en la **ALDEA XOCONILAJ**.
MIÉRCOLES: para las comunidades de **TIERRA BLANCA, PAVANTZOM RANCHO VIEJO, LAS CRUCES, TALJALBAL**, la cual se llevará a cabo en la población urbana de la **CABECERA MUNICIPAL**.
JUEVES, comunidades de **CHICOL**, en donde se incluye, **CASERIO LA VEGA** y **CERRO GAVILAN**, será en **ALDEA CHICOL**.
JUEVES SERÁ, para las comunidades de **TOJCAIL**, se realizará en **TOJCAIL**.
VIERNES, para las comunidades de **SAC PIC**, será a cabo en la comunidad de el **CARBONERO**.
VIERNES, para los habitantes de la población, y sus **CASERIOS**, será en la **CABECERA MUNICIPAL**.

La Municipalidad se compromete a dialogar con los vendedores a quienes se les proporcionará el listado de la forma que quedó establecido en cuanto a los días de mercado.

LOS HORARIOS SERÁN DE CINCO A DOCE HORAS, tal y como quedó dispuesto en la Reunión del COMUDE. Quedando responsables los **Consejos Comunitarios de Desarrollo** en cuanto a que se respete esta norma.

SANTA BÁRBARA HUEHUETENANGO, 22 DE MAYO DEL AÑO 2020.

EFRAIN LOPEZ GOMEZ
ALCALDE MUNICIPAL

Fuente: Imagen propia.



**MUNICIPALIDAD DE SANTA BÁRBARA HUEHUETENANGO,
DEPARTAMENTO DE HUEHUETENANGO
GUATEMALA C. A.**

COMUNICADO INFORMATIVO:

EN MI CALIDAD DE ALCALDE MUNICIPAL DEL MUNICIPIO DE SANTA BÁRBARA HUEHUETENANGO, DEPARTAMENTO DE HUEHUETENANGO, ANTE LA PRESENTE SITUACIÓN, QUE PRESENTA LA PANDEMIA DE COVID-19.

PROCEDO A INFORMAR EN CUANTO A LAS SIGUIENTES DISPOSICIONES:

El día de AYER JUEVES, se sostuvo una reunión con participación de Autoridades Locales y se llegaron a varios acuerdos, así mismo por la noche el SEÑOR PRESIDENTE CONSTITUCIONAL DE LA REPÚBLICA EMITIO DISPOSICIONES, DE LAS CUALES SE PROCEDO A INFORMAR A LA POBLACIÓN BARBARENSE Y EN GENERAL.

- 1). A PARTIR DEL DÍA LUNES 18 DE MAYO DEL 2020** ya no se permitirá el ingreso de personas que provengan de otro departamento, solo del departamento de Huehuetenango, a excepción de vecinos que vengan de los Municipios de San Pedro Soloma y San Pedro Néctá, no se les permitirá el ingreso debido a los problemas detectados por parte de Salud Pública y Asistencia Social y con respecto al personal que labora en este municipio y que son del municipio de San Pedro Néctá deberán tomar las medidas pertinentes o en su defecto radicar en este municipio, durante se resuelvan los casos detectados.
- 2). EN EL PUESTO DE CONTROL HABILITADO EN CHICOL, a PARTIR DEL LUNES 18 DE MAYO DEL 2020**, todo vehículo que ingrese al municipio se procederá a fumigar las llantas a los vehículos, por lo que los propietarios deberán acatar dicha disposición y de igual manera se instalarán otras entradas como decir la cumbre.
- 3). VENEDORES Y COMPRADORES: A PARTIR DEL LUNES 18 DE MAYO AÑO 2020.** Deberán portar la MASCARILLA sin quitársela, de igual manera en el caso de los Vendedores deberán tomar en cuenta las medidas sanitarias, el mantener jabón y agua para lavarse las manos y no permitir el ingreso de niños. CASO CONTRARIO las autoridades tiene la potestad de ya no permitirles que vendan o compren dentro de los mercados.
- 4). VENEDORES DE ROPA: DE LAS PERSONAS QUE TIENEN SU LOCALES EN LA POBLACIÓN** de este municipio: a partir del LUNES 18 DE MAYO AÑO 2020, no podrán vender los días establecidos como Mercado, debiendo realizar los demás días, siempre y cuando se sujeten a las medidas sanitarias del uso de Gel o mantener jabón y agua para el lavado de manos y que las personas cuenten con su mascarilla.
- 5). PARA EVITAR LA AGLOMERACIÓN EN LA MUNICIPALIDAD:** se ha dispuesto y trasladado la oficina DE RECEPCIÓN DE COBROS, en uno de los locales del primer nivel del edificio municipal, por lo que se replica a los COCODES y autoridades comunarias informar a los vecinos de su comunidad.
- 6). POR DISPOSICIÓN DEL SEÑOR PRESIDENTE CONSTITUCIONAL**, se ha tomado las siguientes acciones:
 - a) **LOS DÍAS VIERNES, SÁBADO Y DOMINGO** de la presente semana, no se permitirá el uso de vehículos y esos días mantienen el toque de queda, por lo que solo podrán asistir a comprar en las tiendas y/o abarroterías realizarlo a pie, en horario de 08 a 11 de la mañana.

Fuente: Imagen propia.



**MUNICIPALIDAD DE SANTA BÁRBARA HUEHUETENANGO,
DEPARTAMENTO DE HUEHUETENANGO
GUATEMALA C. A.**

- b). **DÍAS EN QUE SE ABRIRÁN LOS MERCADOS Y PODER VENDER:** siendo por ello que SE SUSPENDE EL DÍA DE MERCADO EL SÁBADO 16 DE Mayo del 2020 EN LA ALDEA CHICOL Y SE TRASLADA PARA EL LUNES 18 DE MAYO DEL AÑO 2020, mientras que en la población PERMENCERA EL LUNES 18 DE MAYO 2020, Y LA PAZA DE MARTES SE TRASLADA PARA EL DÍA MIÉRCOLES 29 DE MAYO 2020, por lo que se suplica a los COCODES y autoridades informar a las comunidades que les corresponde para que tomen nota que será el miércoles.
- c). **EN EL CASO DE VEHÍCULOS DE DOS A CUATRO RUEDAS, BICICLETAS, MOTOCICLETAS MOTOTAXIS (TUC TUC) Y TAXIS,** NO podrán CIRCULAR durante los días VIERNES, SÁBADO Y DOMINGO de la presente semana. SÓLO PODRÁN REALIZARLO el Transporte pesado combustible, alimentos, agua o gas propano y servicios esenciales. Por lo que se suplica a los COCODES y autoridades comunitarias informar a los vecinos de su comunidad que solo casos de emergencia en este caso enfermos o personas que requieran tratamientos especiales si lo podrán realizar, caso contrario no.
- d). **TIENDAS DE BARRIO** en este caso COMUNITARIAS, abarroterías podrán abrir sus negocios de 08:00 a las 11:00 horas, tomando las medidas sanitarias como el uso de mascarilla, gel o jabón y agua para el lavado de las manos.
- e). **A PARTIR DEL DÍA LUNES 18 DE MAYO AÑO 2020,** la movilidad de personas y vehículos será a partir de las 05:00 de la mañana a las 17:00 (cinco de la tarde) después inicial el toque de queda.
- f). **En el caso de los MERCADOS CONTINUARÁN FUNCIONANDO EN HORARIO DE 06:00 DE LA MAÑANA A 13:00 (una de la tarde).**
- g). **FARMACIAS:** Podrán abrir sin restricción y los servicios de comida a domicilio.
- h). **PERIODO DE TOQUE DE QUEDA PROLONGADO,** tiene una razón de ser, si usted presenta síntomas por favor comunicarse a los teléfonos 1554, 1517, 1540 o los teléfonos del CAP para solicitar asistencia médica y se descarte el virus COVID-19, si usted llama, e indica que se siente mal, llegarán a realizarle la prueba, para evitar el contagio de persona a persona.
- COMO SUGERENCIA:** Por este medio se invita a todas las personas del municipio de Santa Bárbara Huehuetenango y población en general de que durante los días lunes, martes y miércoles compren todo lo necesario en virtud que se tienen RUMORES de que la próxima semana los días VIERNES, SÁBADO Y DOMINGO, no se nos permitirá el salir de casa, sino permanecer durante esos tres días en ella.
- AMIGOS Y AMIGAS, PAISANOS Y PAISANAS, ES EL MOMENTO DE UNIRNOS Y POR EL BIEN DE TODOS LOS BARBARENSES Y PERSONAS DE TODO EL PAÍS ACATEMOS LAS DISPOSICIONES.**

SANTA BÁRBARA HUEHUETENANGO, 15 DE MAYO DEL AÑO 2020.

Fuente: Imagen propia.



Fuente: Imagen propia.

ANEXO VI: Guía de cómo elaborar una página de *Facebook* y la manera de administrarla.



Pasos para crear una página de Facebook corporativa

¿Qué es Facebook?

FACEBOOK es la principal red social que existen en el mundo. Una red de vínculos virtuales, cuyo principal objetivo es dar un soporte para producir y compartir contenidos. Llegó para ampliar las posibilidades de relación social y causó una revolución sensible en el mundo de las comunicaciones. El marketing no fue ajeno a este cambio encontrando en esta modalidad un terreno fértil para nuevos conceptos y abordajes.

¿Cómo funciona?

Facebook está básicamente dividido en dos mundos, el mundo de las personas y el mundo de las empresas. Es decir, ofrece opciones de perfil para elegir: perfil personal o Fanpage.

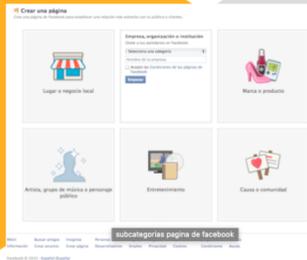
Paso 1. Acceder a Facebook

En la página principal de Facebook, aparece un enlace para crear una pagina sin necesidad de estar registrado.

The screenshot shows the Facebook registration interface. A red arrow labeled '1' points to the 'Crear página' link in the bottom right corner of the registration form.

Paso 2. Seleccionar el tipo de página que se quiere crear

Este es un paso importante, ya que la categoría que selecciones te ayudará a estar presente en las búsquedas más relevantes de los usuarios. Es decir, el tipo de página afecta a la manera en que Facebook posiciona las páginas.



Paso 3. Selecciona una subcategoría, el nombre de tu empresa y acepta los términos y condiciones marcados por Facebook

Al igual que en el paso anterior, es importante que te ciñas en la medida de lo posible a la subcategoría que más se adapte a tu negocio. La lista de subcategorías es muy amplia, con lo que te resultará fácil encontrar la más adecuada.



Paso 4. Asocia la página con tu perfil o crea un nuevo perfil

Para crear una página en Facebook es necesario tener una cuenta en esta red social.

En este punto el proceso, Facebook solicita crear una nueva cuenta o usar una existente. Es el elemento en el que el perfil se vincula a la página. Una misma cuenta puede tener más de una página y ésta es la forma de vincularlas.

En este momento será necesario decidir si la página se vinculará al perfil de una persona real o bien se crea un perfil común para asociar a la página a éste.

Dado que el equipo que ejecuta una estrategia de este tipo puede rotar, tiene más sentido que la página no se vincule a una persona física sino que se opte por esta segunda posibilidad.

Paso 5. Complemento a la información sobre la página a crear

Facebook te guía a través de tres sencillos pasos en el proceso de personalización básica de la página que estás creando.

Información: debes indicar de forma clara y concisa cuál es tu negocio y cuáles son los objetivos de la página que estás creando.

Es conveniente que también se añada una o varias direcciones web de la empresa, pues servirán para atraer a más personas.

Es importante además elegir una URL inteligente para la página de Facebook, es decir, una dirección web que se adapte al nombre de la empresa, servicio o producto ya que no se podrá cambiar en un futuro y será determinante a la hora de darle visibilidad a la página.



Paso 6. Gestiona los administradores

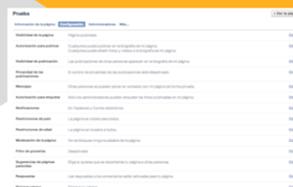
Todavía tienes que hacer algunas tareas de personalización imprescindibles. Una de ellas es identificar los roles y las personas que gestionarán el día a día de la página. Para ello accede al botón del menú desplegable **Editar página > Gestionar administradores**.



Los diferentes roles que existen para colocar son: **Administrador, creador de contenido, moderador, anunciante, editor, analista de estadísticas, entre muchas más que deja Facebook.**

Paso 7. Configura los permisos

Configura los aspectos como los permisos de publicación, la visibilidad de publicación, la creación de notificaciones, los diferentes filtros, etc. Lee atentamente todas las opciones y modifica los parámetros para adaptarlos a los objetivos.



Paso 8. Configura la portada

La portada es una imagen representativa de la página, que se establece en el botón de menú **"Añadir Portada"**.

Dado el tamaño de la misma y su ubicación, es un escaparate inmejorable para tus productos, ofertas o cualquier otra información que pueda despertar interés en tus seguidores.

Cambia esta imagen periódicamente para mantener la atención, pero no abuses. Sobre exponer a los usuarios de Facebook a una publicidad muy obvia puede tener repercusión negativa.



Paso 10. Visualización de la página creada



<https://www.facebook.com/Alcal%3ADa-Municipal-Santa-B%3Abarra-Huehuetenango-102414824715195>

Elaborado por: Epesista en comunicación
María de los Angeles Ponce Sosa
2020.

ANEXO VII: Formato de cómo era la encuesta realizada

docs.google.com/forms/d/e/1FAI...

Encuesta para la Alcaldía Municipal de Santa Bárbara, Huehuetenango

En las siguientes serie de preguntas que encontrara a continuación, es sobre un diagnóstico que está elaborando la epesista de comunicación Maria de los Angeles Ponce Sosa de la Universidad de San Carlos de Guatemala, para poder obtener mejores resultados y específicos en su diagnóstico.

*Obligatorio

Nombre completo *

Tu respuesta

Cargo que ocupa en la Alcaldía *

Tu respuesta

1. ¿Cree que es eficiente la comunicación que se maneja en su departamento? *

Si

No

A veces

2. ¿Existe comunicación interna en la Municipalidad entre cada departamento? *

Si

No

A veces

3. ¿Trabajan con instituciones dentro de su departamento? *

Si

No

A veces

4. ¿Le ha costado desarrollar algún proyecto por falta de comunicación? *

Si

No

A veces

5. ¿Cree que la Alcaldía necesita un Departamento de Comunicación? *

Si

No

A veces

6. ¿Ha tenido inconvenientes a la hora de solucionar un problema por la falta de comunicación? *

Si

No

A veces

7. ¿Cree usted que ha tenido problemas al desarrollar un proyecto por falta de comunicación tanto interna como externa en la Municipalidad ? *

Si

No

A veces

8. ¿Cuál cree usted que son las debilidades o amenazas que tienen en la Alcaldía? *

Poca comunicación

Poco Intereses

Poca continuidad en proyectos

9. ¿Cree usted que tienen buena comunicación con las instituciones? *

Si

No

A veces

10. ¿Le gustaría que la Alcaldía lograra trabajar en conjunto con los demás departamentos internos, para obtener mejores resultados? *

Si

No

Tal vez

11. ¿Cuál cree usted que es la barrera más grande que tiene la Alcaldía? *

Tratar con la comunidad

Trabajo en equipo

Por no saber cómo desarrollar proyectos

12. ¿Cuál ha sido la constante falla, el error o la necesidad de la Alcaldía a nivel de comunicación interna? *

Poco seguimiento a los problemas que presentan

No saber en lo que es mi cargo

Otros

13. ¿Quisiera que se les diera una capacitación en términos de comunicación? *

Si

No

Tal vez

14. ¿Cree que es necesario la inversión en comunicación y si está ayudará al desarrollo del municipio? *

Si

No

Tal vez

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

<https://docs.google.com/forms/d/1DseaX5R0a9I8DJX0DH6mn1KJKOw710JDLtGagfu92hM/edit#responses>



Glosario de términos



Barreras: Obstáculos o cerca de mediana altura que sirve para impedir el paso a delimitar un terreno.

Bienestar: Estado de la persona cuyas condiciones físicas y mentales le proporcionan un sentimiento de satisfacción y tranquilidad.

Comunicación: Acción de comunicar o comunicarse.

Conferencia: Disertación o exposición en público sobre un tema o un asunto.

Capacitación: Acción de capacitar.

Cartelera: Sección en los periódicos y algunas revistas destinada a anunciar los espectáculos.

Características: Cualidad o circunstancia que es propia de una persona o una cosa y por la cual se define o se distingue de otras o de su misma especie.

COCODE's: Un Consejo Comunitario de Desarrollo, también conocido como COCODE, es el nivel comunitario del Sistema de Consejos de Desarrollo Urbano y Rural.

Diseñar: Hacer un dibujo o dibujos de una cosa para que sirvan de modelo en su realización.

Desarrollo: Acción de desarrollar o desarrollarse.

Educación: Formación destinada a desarrollar la capacidad intelectual, moral y afectiva de las personas de acuerdo con la cultura y las normas de convivencia de la sociedad a la que pertenecen.

Ejecución: Realización de una acción, especialmente en cumplimiento de un proyecto, un encargo o una orden.

Encuesta: Serie de preguntas que se hace a muchas personas para reunir datos o para detectar la opinión pública sobre un asunto determinado.

Elementos: Medios o recursos necesarios para algo.

Economía: Ciencia que estudia los recursos, la creación de riqueza y la producción, distribución y consumo de bienes y servicios, para satisfacer las necesidades humanas.

Formato: Forma, tamaño y modo de presentación de una cosa, especialmente de un libro o publicación semejante.

Inversión: Acción de invertir el orden, la dirección o la posición de una cosa.

Internet: Red informática de nivel mundial que utiliza la línea telefónica para transmitir la información.

Implementación: Acción o efecto de implementar.

Plataforma Virtual: Se emplea en el ámbito de la tecnología, es un sistema que permite la ejecución de diversas aplicaciones bajo un mismo entorno, dando a los usuarios la posibilidad de acceder a ellas a través de Internet.

Publicidad: Difusión o divulgación de información, idea u opiniones de carácter político, religioso, comercial, etc., con la intención de que alguien actúe de una determinada manera, piense según unas ideas o adquiera un determinado producto.

Post: Texto escrito que se publica en Internet, en espacios como foros, blogs o redes sociales.

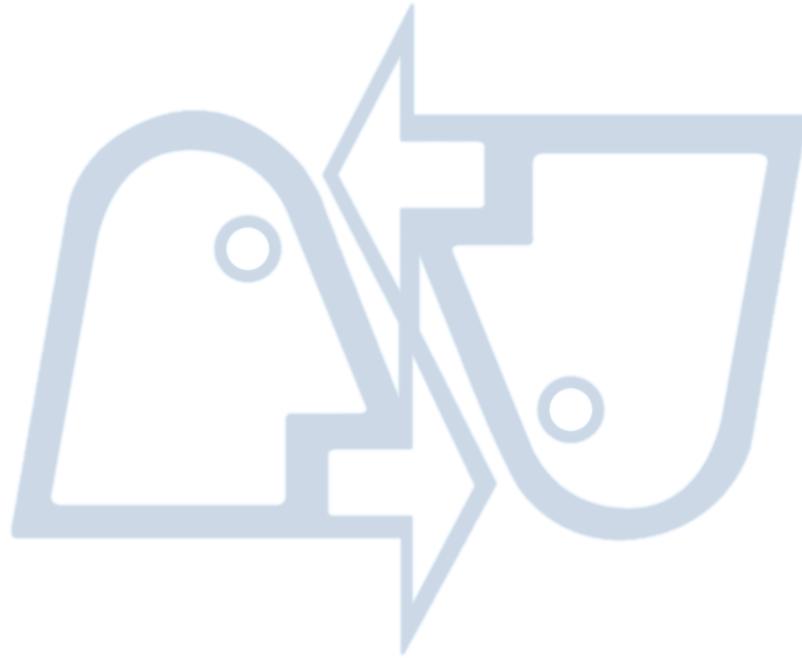
Plan de trabajo: Es un documento en el que se registran las actividades, objetivos y tareas necesarias para la actuación de un profesional.

Seguridad: Ausencia de peligro o riesgo.

Salud: Estado en que un ser u organismo vivo no tiene ninguna lesión ni padece ninguna enfermedad y ejerce con normalidad todas sus funciones.

Taller: Curso, generalmente breve, en el que se enseña una determinada actividad práctica o artística.

Videoconferencia: Comunicación telefónica o realizada con otro soporte tecnológico de una duración prolongada que permite a dos o más personas hablar y verse a través de una pantalla y, a veces, compartir otros archivos informáticos.



Comunicación
creando futuro

