

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

Escuela de Ciencias de la Comunicación

Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura

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

Diagnóstico y estrategia de comunicación externa para el fortalecimiento de la imagen institucional a través de Facebook de la Municipalidad de Villa Canales

Patricia Maribel Ramírez Fernández

Licenciada en Ciencias de la Comunicación

Guatemala, octubre 2020



UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

Escuela de Ciencias de la Comunicación

Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura



Diagnóstico y estrategia de comunicación externa para el fortalecimiento de la imagen institucional a través de Facebook de la Municipalidad de Villa Canales

Presentado Por

Patricia Maribel Ramírez Fernández

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

Asesor

M.A. Marvin Sarmientos Yuman

Guatemala, octubre 2020

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

Director

Lcdo. César Augusto Paiz Fernández

Consejo Directivo

Representantes Docentes

M.A. Gustavo Alfonso Yela Fernández

M.A. Silvia Regina Miranda López

Representantes Estudiantiles

Gabriela Eugenia Menegazzo Cu

Heber Libni Emanuel Escobar Juárez

Representante de Egresados

M.Sc. Ana Cecilia del Rosario Andrade de Fuentes

Secretario

M.A. Héctor Arnoldo Salvatierra

Comisión de EPS de Licenciatura

Coordinador

Dr. José María Torres Carrera

Supervisora

M.A. Evelin Morazán Gaitán

Supervisor 1

Lcdo. Luis Fernando Lucero

Supervisor 2

M.A. Marvin Sarmientos Yuman

Supervisora 3

M.A. Evelin Hernández

Supervisora 4

Lcda. Krista María Ramírez

Supervisora 5

Lcda. Brenda Yanira Chacón

Supervisores 6

Lcdo. Mynor René Martínez y

M.A. Edgar Martínez García



Guatemala, octubre 21 de 2020

Estudiante de EPS de Licenciatura
Patricia Maribel Ramírez Fernández
Carné No. 201022514
Presente.

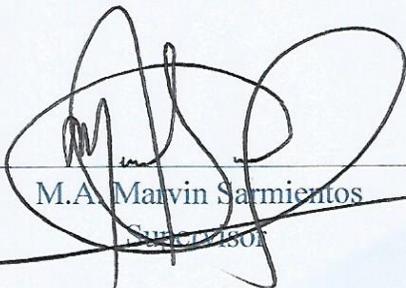
Para su conocimiento y efectos se hace constar que:

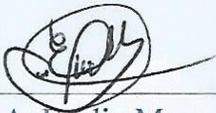
Luego de evaluado su trabajo académico impreso y de manera virtual titulado: **“Diagnóstico y estrategia de comunicación externa para el fortalecimiento de la imagen institucional a través de Facebook de la Municipalidad de Villa Canales”** y de haber sustentado el examen privado y defensa de su proyecto de EPS, de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, se aprueba por unanimidad por parte del Tribunal Examinador.

Por tanto, se autoriza el trabajo final en el acta de cierre respectiva e impresión de su trabajo final de EPSL en un número de cinco (5) ejemplares impresos; así como tres (3) CD's con el documento incluido en formato PDF, los cuales deberá entregar a la Biblioteca Flavio Herrera, Biblioteca Central y a la Coordinación de EPSL de la E.C.C.

Sin más que hacer constar:

“ID Y ENSEÑAD A TODOS”


M.A. Marvin Sarmientos
Supervisora


M.A. Evelin Morazán
Supervisora


Dr. José María Torres Carrera
Coordinador





Guatemala 19 de mayo del 2020
EPSL-C60-2020

Ingeniero:
Julio Daniel Marroquín Ordoñez
Alcalde Municipal
Municipalidad de Villa Canales
Ciudad Guatemala.

Distinguido Ingeniero Marroquín:

Por medio de la presente se solicita aceptar como practicante del programa de graduación del EPS de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, a la estudiante **Patricia Maribel Ramírez Fernández**, carné no. **201022514**, quien manifestó su deseo de hacer Práctica Supervisada de forma *virtual*, no *presencial*, en su institución. Por disposiciones superiores en la Universidad de San Carlos de Guatemala, para el efecto se requiere lo siguiente:

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

Atentamente,



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

cc. Archivo
MA. Evelin Morazán

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

www.comunicacion.usac.edu.gt

(502) 2418-8920





Villa Canales, 29 de julio de 2020

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

Tengo el agrado de dirigirme a usted para informarle que Patricia Maribel Ramírez Fernández, carné no. 201022514, alumna de la Licenciatura de Ciencias de la Comunicación de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, ha sido **ACEPTADA** para realizar sus prácticas profesionales en nuestra empresa, en el departamento de Comunicación Social, según lo solicitado en el oficio EPSL-C60-2020.

Saludos cordiales

Lic. Edwin Ramírez
Secretaria de Comunicación Social
Municipalidad de Villa Canales
Tel. 6635 8181



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

Dedicatoria

A Dios

Por bendecirme y brindarme las fuerzas necesarias para no rendirme en los momentos difíciles. Por haberme permitido llegar a realizar este proyecto y poder culminar una etapa más en mi vida académica.

A mis padres

Por la vida y por su apoyo incondicional desde el día que inicie mis estudios en la escuela de Ciencias de la Comunicación y por acompañarme durante todo el proyecto.



Agradecimientos

A mi hermana

Por su apoyo y su impulso en el inicio de esta última etapa de mi carrera, porque siempre ha estado en los momentos importantes.

A mi hermano, cuñada y sobrino

Porque siempre he contado con su apoyo incondicional de familia.

A mis amigos

Por su apoyo y haberme acompañado en este proyecto.

A la Universidad de San Carlos de Guatemala, en especial a la Escuela de Ciencias de la Comunicación

Por ser mi casa de estudios y por brindarme los conocimientos y herramientas necesarias para mi carrera y por la oportunidad de desarrollarme profesionalmente.

Al Dr. José María Torres y M.A. Evelin Morazán

Por su gran labor como coordinadores del EPS, por todo su apoyo y guía durante este proceso que se ha realizado en medio de una situación de pandemia. Porque no se rindieron y nos motivaron a seguir adelante en las diversas situaciones.

A mi asesor

M.A. Marvin Sarmientos por su asesoramiento, paciencia y su disponibilidad en la resolución de dudas.

Al Lcdo. Edwin Ramírez y la Municipalidad de Villa Canales

Por la oportunidad de realizar mi Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura en la institución, por permitirme desarrollar mi proyecto en mi municipio.

Índice

Introducción	I
Antecedentes	II
Justificación	V
Capítulo I	1
Diagnóstico de comunicación	1
1. La institución	1
1.2. Perfil institucional	1
1.3. Ubicación geográfica	2
1.4. Integración y alianzas estratégicas	2
1.5. Origen e historia	2
1.6. Departamentos de la institución	4
1.6.1. Organigrama institucional	20
1.7. Misión	21
1.8. Visión	21
1.9. Objetivos institucionales	21
1.10. Públicos objetivos	22
1.11. Diagnóstico	23
1.11.1. Objetivo general del diagnóstico	23
1.11.2. Objetivos específicos del diagnóstico	24
1.12. Tipos de investigación	24
1.13. Enfoques de la investigación	26
1.14. Técnicas de recolección de datos	27
1.15. Observación	27
1.15.1. Tipos de observación	27
1.15.2. La observación en la Municipalidad de Villa Canales	28
1.16. Documentación	28
1.17. Entrevista	29
1.18. Encuesta	30
1.19. Interpretación de resultados	32

1.20. FODA	57
1.21. Problemas detectados	59
1.22. Planteamiento del problema comunicacional	59
1.23. Indicadores de éxito	60
1.24. Proyecto a desarrollar	60
Capítulo II	61
Plan de comunicación	61
2. Plan estratégico de comunicación	61
2.1. Descripción de la técnica de la estrategia del proyecto	62
2.2.1. Objetivo general	63
2.2.2. Objetivos específicos	63
2.3. Misión	64
2.4. Visión	64
2.5. Elementos comunicacionales	64
2.6. Alcances y límites de la estrategia	68
2.7. Metodología para la aplicación de la estrategia comunicacional	69
2.8. Actividades para la Operatividad de la Estrategia	69
2.8.1. Imágenes con información	69
2.8.2. Infografías	71
2.8.3. Animaciones	71
2.8.4. Ilustraciones	72
2.8.5. Guía de contenido y programación de post	72
2.9. Cronograma	73
2.10. Financiamiento	73
2.11. Presupuesto	74
2.12. Beneficiarios	74
2.13. Recursos humanos	74
2.14. Áreas geográficas de acción	75
2.15. Cuadro comparativo de la estrategia	75
Capítulo III	76
Informe De Ejecución	76

3.1. Imágenes con información	76
3.2. Infografías	77
3.3. Ilustraciones	78
3.4. Guía de contenido y programación de post	79
3.5. Programación y calendarización	80
4. Conclusiones	81
5. Recomendaciones	82
Referencias	83
Anexos	90



Introducción

La Municipalidad de Villa Canales es el ente edil del municipio y su departamento de Comunicación Social es el responsable de mantener la relación de las autoridades con los diferentes públicos: habitantes, proveedores, medios de comunicación, empresas u organizaciones que apoyan a la entidad.

En el presente proyecto se describe a la municipalidad, los departamentos que la conforman, su visión y misión para tener un panorama completo de la institución. Se detallan los hallazgos encontrados por medio de la documentación, la observación, la entrevista y las encuestas. También se exponen los antecedentes de los estudios realizados en el área comunicación.

Por lo cual en esta investigación se aborda el diagnóstico de comunicación interna y externa en época de Covid-19 de la Municipalidad de Villa Canales, para fortalecer las debilidades comunicacionales que se ha tenido debido a la pandemia y estado de aislamiento en el territorio guatemalteco.

Antecedentes

El término antecedentes proviene del latín "*antecedentis*" que significa lo que sucede antes. Según la Real Academia Española afirma que los antecedentes son la "acción, dicho o circunstancia que sirve para comprender o valorar hechos posteriores".

Actualmente se vive una crisis sanitaria debido al covid-19, un tercio de la población mundial se encuentra bajo medidas de aislamiento, obligando a las personas a salir lo menos posible de sus casas para tratar de contener los contagios masivos y evitar los colapsos en los hospitales.

Estas decisiones han modificado la vida diaria, causando la cancelación de todas las reuniones culturales, deportivas, recreativas, etc. También ha provocado el cierre de aeropuertos, comercios y empresas en varios países del mundo. Por lo que esta situación no tiene precedentes en la historia.

La pandemia más reciente de la que se tiene registros en la historia es la del AH1N1 o gripe porcina que se dio en los años 2009-2010. Donde se veían imágenes similares, personas con tapabocas, los viajeros eran examinados y se aislaban a los casos sospechosos. Siendo los países más afectados Estados Unidos y México, donde se tuvo escuelas y comercios cerrados y suspensión de actividades públicas, pero no se llegó a la cantidad de países en cuarentena como en la actualidad con el nuevo coronavirus.

A nivel nacional se tienen datos registrados según la última actualización del 27 de abril del 2020 de 1,170 casos positivos y 19 víctimas mortales en un lapso de un año, mientras que el covid-19 en 4 meses ha registrado un total de 30,872 casos positivos y 1,302 víctimas mortales.

Para el municipio de Villa Canales no se han encontrado antecedentes de la pandemia AH1N1, debido a que las actividades económicas siguieron activas con las respectivas medidas sanitarias, ya que su nivel de contagio no era tan elevado como el del covid-19.

Por otro lado, a nivel académico la comunicación de la Municipalidad de Villa Canales ha sido objeto de estudio por estudiantes de la Universidad de San Carlos de Guatemala, para el fortalecimiento del departamento de Comunicación en sus diferentes áreas. Los estudios realizados son los siguientes:

Velásquez, S. en su tesis titulada “Diagnóstico del funcionamiento del departamento de relaciones públicas de la municipalidad de Villa Canales” (2012) que tiene como objetivos el estudio del funcionamiento del departamento de Relaciones Públicas, para la reestructuración interna del departamento para cumplir con la función de difundir y publicar la información a la población acerca de los servicios, actividades y proyectos de la municipalidad.

Aguilar, L. en su tesis titulada como “Diagnóstico de comunicación interna en la Municipalidad de Villa Canales” (2014) tiene como objetivos específicos diagnosticar el flujo de comunicación interdependencias de la municipalidad, identificar las necesidades comunicacionales internas y proponer un plan de comunicación interna para la Municipalidad de Villa Canales.

Sotoj, S. en su tesis titulada “Publicidad y relaciones públicas para el mejoramiento de la imagen institucional de la Municipalidad de Villa Canales, municipio del Departamento de Guatemala” (2014) tiene dentro de sus objetivos dar a conocer las obras, proyectos y programas sociales de la municipalidad a la población en un 30% a través de vallas publicitarias, mantas, boletín municipal informativo y poster calendario, a fin de mejorar la percepción de los vecinos sobre la municipalidad y mejorar la interacción con las personas que buscan información de las actividades de la municipalidad en la página *web*.

Pineda, N. en su informe final del Ejercicio Profesional Supervisado titulado “Estrategia de comunicación interna con el personal administrativo de la Municipalidad de Villa Canales para el fortalecimiento de la imagen institucional” (2015) tiene como objetivos específicos conocer la situación actual de la Secretaría de Comunicación Social de la Municipalidad,

conocer la opinión de los trabajadores del área administrativa de la Municipalidad, entorno al trabajo que se desempeña en la institución y verificar la participación de la Secretaría de Comunicación Social con la difusión de la información entorno a los servicios que presta la municipalidad.

Por ello de los antecedentes estudiados se evidencia que es importante el estudio de la comunicación en una institución pública como la municipalidad de Villa Canales. Lo que motivó el presente proyecto para apoyar a la comunicación externa a través de la plataforma de la red social *Facebook* en época de pandemia, para poder llegar de una mejor manera a la población de Villa Canales y así seguir apoyando con el desarrollo del municipio.

Justificación

El propósito de esta investigación mixta fue conocer el impacto de la comunicación interna y externa en la Municipalidad de Villa Canales.

Por ello la implementación de una estrategia de contenido para la página de *Facebook*, como una herramienta de comunicación para la municipalidad de Villa Canales es un estudio que demuestra como la denominada era digital ha transformado la rama de la comunicación y del comunicador social, que lleva a adquirir nuevos conocimientos de los modelos de trabajo del área de comunicación digital.

Los estudiantes y profesionales de comunicación se encuentran inmersos en el mundo digital, con el uso del internet y de las redes sociales, como *Facebook*. Sin embargo, todavía se desconoce el potencial de las herramientas digitales de comunicación. por lo tanto, se consideró de importancia el estudio de los aportes que brinda el uso de las plataformas digitales.

Asimismo, debido a que la municipalidad de Villa Canales es un ente estatal que busca estar en comunicación con la población, el estudio beneficia directamente al municipio porque permite un acercamiento entre la institución y la población cibernética del municipio.

Capítulo I

Diagnóstico de comunicación

1. La institución

Municipalidad de Villa Canales, institución autónoma, que tiene a cargo la administración del municipio, coordinando las políticas generales del Estado.

1.2. Perfil institucional

La municipalidad o ayuntamiento, según la Real Academia Española -RAE- es una “corporación compuesta por el alcalde y varios concejales para la administración de los intereses de un municipio”. Por ende, es la máxima autoridad del municipio y está regida por el Código Municipal según el DECRETO NÚMERO 12-2002 DEL CONGRESO, que rige el cumplimiento de una administración transparente y verifica que se haga prosperar al municipio y sus habitantes.

Actualmente la municipalidad de Villa Canales tiene bajo su responsabilidad según el censo realizado en el año 2018 por el Instituto Nacional de Estadística –INE- a una población aproximada de “155,422 habitantes” .

Cuenta con un área territorial de 353 km², que limita al norte con el municipio de Guatemala (Guatemala), al este con los municipios de Santa Catarina Pínula (Guatemala), Fraijanes (Guatemala) y Barberena (Santa Rosa), al sur con los municipios San Vicente de Pacaya (Escuintla), Barberena (Santa Rosa) y al oeste con los municipios de Guatemala (Guatemala), San Miguel Petapa (Guatemala), Amatitlán (Guatemala) y San Vicente de pacaya (Escuintla), Cuenta con 1 Villa, 13 Aldeas y 43 Caseríos.

1.3. Ubicación geográfica

La Municipalidad de Villa Canales se encuentra ubicada en 8a. calle 1-64, zona 1 Villa Canales, Guatemala.

Cuenta con extensiones en cuatro (4) aldeas del municipio: Extensión Municipal Boca del Monte (3a. Avenida "A" 2-35 Zona 1 Boca del Monte Villa Canales), Extensión Municipal El Jocotillo (Aldea El Jocotillo Km. 42 Calle Principal - Frente a Diversiones López), Extensión Municipal El Porvenir (3a. Calle 4a. Avenida Zona 1 El Porvenir Villa Canales), Extensión Municipal Santa Elena Barillas (4ta Calle 7-28 Zona 1 "El Calvario") y un Kiosco en el Centro Comercial Distrito Moran (Finca Morán, Kilómetro 20.5 Carretera a Villa Canales).

1.4. Integración y alianzas estratégicas

La municipalidad de Villa Canales no cuenta con alianzas con empresas.

1.5. Origen e historia

Villa Canales es un municipio del departamento de Guatemala, se encuentra ubicado a 22 km. de la ciudad Capital, siendo un lugar pintoresco y pujante económicamente, debido a que desde sus antepasados ha sido habitando por indígenas dedicados al comercio. Contando con fincas, beneficios de café y fábricas de diversos productos los cuales son distribuidos en diferentes departamentos de la República.

Perteneció al territorio de Santa Inés Petapa, hasta que en 1762 la noche del 10 y la madrugada del 11 de octubre se tuvo una inundación que destruyó muchos edificios de la comunidad, por lo que Santa Inés fue trasladada al pueblo nuevo a unos kilómetros, una vez trasladado al nuevo lugar, hubo un grupo que se quedó en el antiguo pueblo al que se le denominó Pueblo Viejo.

El 3 de junio de 1912 fue formado el municipio de Pueblo Viejo perteneciendo al entonces Departamento de Amatitlán. En el año de 1915, el 21 de agosto fue reunida a la corporación municipal con el presidente en turno, el Licenciado Manuel Estrada Cabrera, para modificar el nombre de Pueblo Viejo a San Joaquín Villa Canales, en remembranza a la madre del presidente, doña Joaquina Cabrera, debido a la adulación que los pobladores le tenían, tras su fallecimiento en 1908.

Tras el derrocamiento del presidente Cabrera, por medio del acuerdo gubernativo del 3 de mayo de 1920, el nuevo presidente Carlos Herrera y Luna dispuso eliminar los nombres del dictador y todos sus familiares de cualquier lugar que los tuvieran, por lo que el nombre del municipio se modificó a Villa Canales. El 29 de abril de 1935 por medio del decreto 2081 el gobierno de Jorge Ubico suprimió el departamento de Amatitlán, por lo que Villa Canales paso a ser jurisdicción del departamento de Guatemala.

La municipalidad es la organización edil encargada de la administración local del municipio, para cumplir con deberes y fines del estado de manera descentralizada. Es responsable de ejercer la autonomía integrada por el alcalde, los síndicos y los concejales, todos electos popularmente de conformidad con la ley.

El actual alcalde del municipio de Villa Canales es el Ing. Julio Marroquín, quien fue reelecto para el periodo 2020-2024.

El Ing. Julio Daniel Marroquín Ordoñez nació el 21 de julio de 1971 (47 años) en la Aldea El Provenir del municipio de Villa Canales. Cursó su educación primaria en la Escuela Oficial Rural Mixta No, 690 y su nivel diversificado en el Instituto Tecnológico en Computación ITC, sus estudios superiores los realizó en la Universidad de San Carlos de Guatemala obteniendo el título de Ingeniero Civil, con No. de colegiado 9659.

Sus inicios en el ramo de la política fueron hace más de 14 años como simpatizante, posteriormente ha tenido dos participaciones en las elecciones 2007 y 2011 quedando en 2do

lugar, en el año 2015 ganó por primera vez las elecciones como alcalde para el periodo 2016-2020.

1.6. Departamentos de la institución

La municipalidad de Guatemala está organizada por departamentos y subdepartamentos, los cuales se describen a continuación.

a. Consejo municipal

El Consejo Municipal es el cuerpo superior responsable de la toma de decisiones, siendo el ente encargado de ejercer la autonomía de la municipalidad. Tiene su sede en la cabecera municipal y está integrada por el Alcalde, los Síndicos y los Concejales, quienes son electos directa y popularmente.

Vela por el cumplimiento del Artículo 35 del Código Municipal, la iniciativa, deliberación y decisión de asuntos municipales, el ordenamiento territorial y control urbanístico del municipio, control y fiscalización de los actos del gobierno municipal, emisión y aprobación de acuerdos, reglamentos y ordenanzas municipales, entre otros.

b. Alcaldía municipal

Es el nivel jerárquico más alto, es la unidad encargada de dirigir las actividades de las dependencias de la municipalidad y cumplir con las ordenanzas, reglamentos, acuerdos, resoluciones y disposiciones del Consejo Municipal. Dictará las medidas de política y buen gobierno.

Representa a la municipalidad y municipio, dispone de los gastos dentro de los límites de su competencia: autoriza pagos y rinde cuentas con arreglo al procedimiento legal, ejerce la jefatura de la policía municipal, así como el nombramiento y sanción de sus funciones, ejerce acciones judiciales y administrativas en caso de urgencias, y otras.

c. Unidad de auditoría interna

Es la unidad encargada de la revisión, control y fiscalización contable, financiera y administrativa, para la verificación del uso adecuado de los recursos, basándose en el marco legal. Mantiene la supervisión, evaluación y análisis permanente para promover los procesos transparentes y efectivos para la rendición de cuentas.

d. Secretaría municipal

Es la secretaría del Consejo Municipal y la Alcaldía siendo la responsable de la diligencia de expedientes administrativos, resguardo de documentos, registros municipales (Registro de Personas Jurídicas, Matrimonios) y cumplimiento de las disposiciones emitidas por el Consejo o Alcalde.

e. Unidad de asesoría jurídica

Es la encarga del asesoramiento legal y jurídico de las diferentes unidades o departamentos de la municipalidad y de los habitantes de la comunidad, emisión de informes, dictámenes y proyectos de resoluciones y reglamentos internos.

Tiene a su cargo iniciar y defender a la municipalidad en los juicios en los que tenga participación, representándola judicialmente, informar del derecho de los reclamos de ilegalidad que se presentan en el municipio, efectuar la cobranza administrativa y legal de impuestos, informar y recomendar las transacciones para evitar litigios eventuales o dar por finalizado los litigios pendientes contra la municipalidad, etc.

f. Juzgado de asuntos municipales y de tránsito

Unidad responsable de ejercer jurisdicción y autoridad en todo el territorio del municipio para mantener las buenas costumbres, el ornato y limpieza, el medio ambiente, los servicios públicos en favor de la comunidad. Maneja los asuntos que violen las leyes, ordenanzas,

reglamentos o disposiciones del gobierno municipal, trata todas las nuevas obras que causen algún daño público o que tenga algún peligro para los habitantes, procediendo según la materia conforme a la ley y normas del derecho consuetudinario correspondiente, toma medidas preventivas y otras.

g. Unidad de comunicación social

Es la responsable de facilitar la relación entre las autoridades y los diferentes medios de comunicación de forma eficiente, veraz, objetiva y oportuna, para dar a conocer las actividades que se desarrollan para beneficio de la comunidad, fortaleciendo la imagen institucional y las relaciones públicas, manteniendo una política de transparencia y de puertas abiertas.

Entre las atribuciones podemos mencionar el desarrollo de acciones de relaciones públicas para la difusión sistemática de las fortalezas, filosofía y actuación institucional en cumplimiento de la visión y misión, planear, coordinar y dirigir los protocolos y actividades de la municipalidad, documentar todos los eventos y realizar monitoreo de los medios de comunicación.

Apoya las actividades solicitadas por los vecinos, planea, diseña y realiza las diferentes campañas publicitarias, cápsulas informativas, coordina al personal para las visitas de personalidades y/o delegaciones, asesora al personal y autoridades en la realización de actos y protocolos.

h. Unidad de información pública

Responsable de mantener la información de oficio al alcance del público en general en óptimas condiciones, para satisfacer las diferentes solicitudes.

i. Dirección administrativa

Tiene a cargo la provisión de los recursos materiales y proveer las condiciones espaciales y ambientales para el personal, brindando servicios generales y apoyo requerido por los diferentes departamentos.

j. Departamento de recursos humanos

Unidad encargada de la contratación y selección del personal, así como administración, capacitación, desarrollo y evaluación del recurso humano, velando por el cumplimiento de las normas disciplinarias establecidas y atención a las necesidades del personal.

k. Departamento de informática

Encargado del diseño, administración, mantenimiento y uso adecuado de la información y del recurso de computación. Mantiene en perfectas condiciones el sistema SIAF-MUNI, planifica, dirige, coordina y supervisa las labores de desarrollo de sistemas de información complementarios, analiza los requerimientos de nuevas aplicaciones planteadas por los diferentes usuarios.

l. Departamento de compras y contrataciones

Responsable de realizar contrataciones y compra de bienes, suministros, servicios y obras que son utilizadas para la inversión y funcionamiento de la municipalidad cumpliendo con las leyes del Código Municipal, Manual de Clasificación Presupuestaria y Manual de Administración Financiera Municipal. Elabora el Plan Anual de Compras y recibe solicitudes de compra y contrataciones verificando que cumplan con los documentos y papelería legal.

m. Departamento de policía municipal

Coordina las instituciones encargadas de la seguridad pública en apoyo de las comunidades, velando por el cumplimiento de las normas, leyes y ordenanzas vigentes y diseña los programas de Prevención de Delitos y Violencia.

n. Departamento de Servicios Generales

Brinda y gestiona el apoyo necesario para el adecuado funcionamiento de las dependencias, asegurando la mensajería, reproducción y mantenimiento de instalaciones, distribución de los suministros del almacén y mantenimiento del transporte, supervisando el mantenimiento preventivo y correctivo. Administra el archivo de registro de consumo de combustible, atendiendo solicitudes de transporte de las diferentes dependencias.

o. Sección de transporte y talleres

Responsable del mantenimiento preventivo y correctivo de los vehículos, control del estado de estos, abastecimiento de combustible. Atiende las necesidades de transporte de los funcionarios de la municipalidad y da seguimiento a los accidentes de tránsito y seguros.

p. Sección de mantenimiento

Encargado del mantenimiento de los edificios municipales, contemplando reparaciones menores, mantenimiento eléctrico, plomería, carpintería, remoción de pintura, herrería y todo lo relacionado con la mejora de las instalaciones. Asigna los recursos para cada dependencia y mantiene el inventario de insumos necesarios, así como ordenar al personal de limpieza.

q. Sección de almacén

Organiza y supervisa la recepción, almacenamiento, distribución y control de los bienes, suministros, materiales y equipo municipal. Actualiza el inventario físico en conjunto con las autoridades fiscalizadoras. Administra el espacio físico para el resguardo de los bienes municipales, atendiendo oportunamente cada solicitud ingresada. Promueve y supervisa el cumplimiento de las Normas de Seguridad e Higiene en los Almacenes.

r. Dirección de administración financiera integrada municipal

Encargada de la programación de flujo de ingresos y egresos de la municipalidad, captando y registrando los ingresos provenientes de prestación de servicios y fondos obtenidos de transferencias externas para ser trasladados al sistema Bancario Nacional, ejecutando la programación de caja, recepción, ubicación y custodio de los fondos

s. Departamento de tesorería

Unidad responsable de mantener la liquidez municipal, realizando actividades administrativas para custodiar los ingresos percibidos, recibir facturas y expedientes de compra, autorizados por las autoridades respectivas, control de cheques, caja chica y cuenta única de la municipalidad. Apoya la programación del plan financiero anual y mensual.

t. Departamento de contabilidad

Administra los recursos financieros basado en los lineamientos de la Jefatura de Contabilidad del Estado del Ministerio de Finanzas Públicas, participa en la formulación de la Política Financiera Municipal, vela por la integridad de la información financiera, suministra información para la toma de decisiones de la Gestión Financiera, ordena la información para el fácil control y realiza auditorías internas y externas.

u. Sección de inventarios

Lleva el control de los bienes municipales, activos fijos, bienes fungibles y tangibles, control de tarjetas de responsabilidad. Realiza inventarios físicos, genera informes para la Autoridad Superior y para la Contraloría General de cuentas.

v. Departamento de presupuesto

Responsable del control interno de la ejecución presupuestaria de los gastos y recursos, realizando las modificaciones presupuestarias en las diferentes áreas, asesora los anteproyectos presupuestarios, controla el manejo de gastos realizados y/o ejecutados a través de Fideicomisos, mantiene las estadísticas de los proyectos a fin de asegurar su financiamiento en los respectivos presupuestos.

w. Dirección municipal de planificación

Unidad coordinadora de los diagnósticos, planes, programas y proyectos de desarrollo del Municipio, produce la información requerida para la formulación de las Políticas Públicas Municipales, velando por la ejecución de las decisiones emitidas por el Consejo Municipal. Elabora perfiles, estudios de pre-inversión y factibilidad de ejecución, actualiza las estadísticas socioeconómicas y de mantenimiento del Catastro Municipal.

x. Departamento de catastro

Investiga, analiza y administra la información gráfica y alfanumérica de los bienes inmuebles, basados en la delimitación cartográfica, planifica y actualiza el catastro urbano y rural. Otorga certificados, constancias, licencias o autorizaciones para la ejecución de obras en propiedad privada. Vela por el cumplimiento de los Decretos Municipales, Reglamentos y Ordenanzas.

Elabora anteproyectos de urbanización, organización territorial, zonificación, uso del suelo, renovación urbana, conservación ambiental y otros.

y. Departamento de licencias de construcción

Revisa que los avalúos de inmuebles se realicen correctamente en tiempos estipulados, realizando visitas de campo a los predios donde se solicitan las licencias para proyectos inmobiliarios grandes, para el cumplimiento de las ordenanzas y leyes correspondientes. Rediseña los documentos de requisitos, emite licencias de construcción, atiende a los vecinos con consultas de construcciones especiales, clasifica las infracciones de los Reglamentos municipales e impone sanciones.

z. Departamento de diseño y planificación

Responsable de los estudios de diseño y planificación de obras civiles que serán construidas dentro del Municipio, formulando presupuestos, elabora la propuesta del plan anual, diseña las especificaciones técnicas de la construcción de obras del Plan Operativo, revisa documentación administrativa de Planificación de Proyectos, coordinar con el departamento de Catastro y Asesoría Jurídica el análisis y estudios de las escrituras de terrenos dañados para la planificación y diseños de proyectos municipales.

aa. Departamento de estadísticas socioeconómicas

Planifica, integra, norma, coordina y racionaliza las actividades estadísticas socioeconómicas, estructurando un sistema según censo, cuyo análisis brinda características de la población a nivel de todas las zonas del territorio municipal, para la toma de decisiones en la asignación de recursos financieros orientados a los proyectos que buscan resolver las necesidades de los sectores más vulnerables en las zonas de mayor subdesarrollo.

bb. Departamento de organización comunitaria

Responsable de mantener las buenas relaciones entre Alcaldes auxiliares, Presidentes de los Consejos de Desarrollo, Líderes comunitarios y la Administración Municipal para la identificación de necesidades locales y formulación de propuestas de solución en beneficio del vecino, promueve la participación de las autoridades en actividades de la comunidad, organiza periódicamente reuniones de acercamiento y discusión con los Auxiliares.

cc. Departamento de ambiente y recursos naturales

Unidad encargada de analizar, regular y desarrollar los recursos naturales y el ambiente para buscar equilibrio en la utilización, conservación y mejora de la gestión de riesgos y desastres naturales, realiza diagnósticos ambientales, programas y proyectos ambientales. Identificar entidades o recursos humanos para brindar asesoría técnica especializada para el desarrollo de proyectos municipales.

dd. Departamento de desarrollo urbano y ordenamiento territorial

Responsable del desarrollo sustentable, territorialmente equilibrado y socialmente equitativo, promueve la igualdad de oportunidades. Genera y mantiene actualizados los indicadores para la planificación, ocupación y administración del territorio, coordina procesos y acciones con otras instituciones para apoyar gestiones a nivel local, con la organización del municipio.

ee. Sección de planificación urbana

Fomenta y regula el crecimiento ordenado del Municipio, aplicando la normativa del uso del suelo acorde con el programa de Desarrollo, brinda los formularios de los Planes Locales, propone correcciones, modificaciones o revisiones del Plan de Desarrollo Urbano, mantiene inventario georreferenciado para la toma estratégica de decisiones, plantea mecanismos de concertación y alternativas para la adquisición del suelo, preservando el patrimonio

ecológico y urbano, edificado conforme a las normas y lineamientos de la carta urbana autorizada.

ff. Sección de movilidad y transporte

Tiene a su cargo la realización del Plan de Movilidad para la optimización de alternativas de transporte y redes viales, elabora el Plan de Ordenamiento Territorial y orienta las iniciativas de desarrollo del territorio. Crea y da seguimiento de los indicadores de movilidad, análisis técnicos y factibilidad de implementar modelos de transporte según las necesidades de la población.

gg. Dirección de obras

Ejecuta, administra, evalúa, fiscaliza y organiza obras de infraestructura para mejorar la calidad de vida de la comunidad, desarrolla levantamientos topográficos para proyectos a ejecutar, brinda asesoría al Alcalde Municipal con el personal a cargo de la Dirección de Obras, organiza al personal técnico para las funciones establecidas.

hh. Departamento de ejecución de obras

Desarrolla obras y vela porque se cumplan bajo las disposiciones legales y reglamentarias del municipio. Realiza inspecciones teóricas en las obras de construcción, definiendo la cantidad de material necesario para cada obra, aplicando normas ambientales relacionadas con las obras de construcción y urbanización.

ii. Departamento de mantenimiento de obras

Brinda el mantenimiento respectivo a las infraestructuras y viabilidad, supervisando los trabajos de mantenimiento contratados, contribuyendo a la conservación de obras, establece políticas y acciones que permitan el mantenimiento planificado de infraestructura,

equipamiento y estructura vial de comunicación local. Registra y controla la maquinaria y equipo propiedad de la municipalidad

jj. Departamento de supervisión de obras

Brinda asistencia especializada en la verificación técnica de ejecución de obras habitacionales urbanas y edificaciones que se realizan con licencia municipal, revisa la documentación relacionada a terrenos, estudios e investigación, permisos, trámites oficiales incluyendo la preparación de informes. Cuida el cumplimiento correcto de las normas y especificaciones técnicas de seguridad, siguiendo el diseño establecido.

kk. Dirección de servicios públicos

Unidad encargada de los servicios públicos locales que brindan al municipio, brindando calidad de vida. Planificando, dirigiendo y supervisando las actividades relacionadas a la administración, protección y conservación de los recursos ambientales e hídricos con los residuos sólidos. Propone normativas relacionadas a la regulación y equilibrio del desarrollo económico y conservación ambiental.

ll. Departamento de agua y saneamiento

Administra y supervisa el servicio de agua en el territorio, asegurando el buen funcionamiento de las plantas de tratamiento de agua para poder brindar un buen servicio a todos los vecinos, recolecta los datos de producción y calidad, encargado de las nuevas instalaciones, investigaciones, cortes, acciones fraudulentas, entre otras. Es la unidad responsable del suministro, coordinación y seguimiento de cisternas para el abastecimiento de la comunidad.

mm. Departamento de limpieza y ornato

Unidad responsable de la higiene de los espacios públicos y áreas verdes, implementando y supervisando planes de limpieza y ornato, coordinando al personal y asignando las áreas de trabajo. Controla el retiro de escombros, microbasurales, recolección y destino final de la basura. Estudia y propone proyectos de limpieza y ornato para el beneficio del municipio.

nn. Departamento de mercados

Unidad que supervisa los mercados, para garantizar el adecuado funcionamiento y el buen servicio mediante controles que permiten el cumplimiento de las normas y leyes establecidas. Lleva el control de los puestos autorizados para operar en los mercados, cumpliendo con los horarios y el uso personal del arrendatario del local y coordinar la vigilancia para brindar seguridad a los usuarios, entre otras asignaciones.

oo. Departamento de alumbrado público

Encargado de mantener en óptimas condiciones el alumbrado público, con los mantenimientos preventivos y correctivos, según sea el caso. Responsable de gestionar en la Empresa Eléctrica la dotación de nuevos servicios, manejando inventario de suministros utilizados en la infraestructura instalada y apoyo al vecino efectuando diferentes trabajos de electricidad.

pp. Departamento de administración de servicios

Unidad que supervisa la calidad de los servicios públicos como la limpieza de áreas públicas, mercados y cementerios municipales y mantenimiento de calles. Administra los servicios por medio de la planificación y realización en coordinación de las áreas y dependencias de la municipalidad.

qq. Sección cementerios

Responsable de la administración de los cementerios, controlando y registrando las inhumaciones y exhumaciones, proporcionando a los vecinos la ayuda necesaria para el uso de los servicios de traslados, depósito, reducción de restos y apoyo en sus gestiones.

rr. Sección de establecimientos comerciales

Registra y supervisa el funcionamiento, localización y ubicación de la economía formal e informal, llevando control de las ventas autorizadas y establecimientos de forma fija, semifija y ambulantes por medio del registro del nombre del comerciante, ubicación precisa y la extensión de cada puesto. Recibe y atiende las quejas respecto a las actividades comerciales, realiza programas de saneamiento y zonificación de las áreas comerciales.

ss. Dirección municipal de la mujer

Unidad dedicada a atender las necesidades de la mujer, fomentando el liderazgo comunitario y actividades que buscan la participación femenina en el ámbito económico, social y político para contribuir con el desarrollo y mejora de las condiciones de vida. Planifica y desarrolla propuesta de políticas municipales basadas en la Política Nacional de Promoción y Desarrollo Integral de la Mujer Guatemalteca.

tt. Departamento de atención a la mujer

Encargado de hacer valer los derechos de la mujer, procurando la salud emocional por medio de acciones dirigidas al bienestar integral de las mujeres. Mantiene y promueve el centro de documentación que contiene material informativo de capacitación y de investigación y leyes relacionadas a los derechos humanos de las mujeres. Brinda cursos de sensibilización y capacitación al personal municipal para la equidad de género.

uu. Departamento de capacitación y formación

Desarrolla los programas de capacitaciones técnicas, promoviendo cursos en diferentes áreas de productividad que permite integrar a las mujeres al campo laboral para la generación de ingresos y la igualdad de oportunidades. Presenta de forma anual el Programa de Capacitaciones.

vv. Dirección de desarrollo social y económico

Responsable de planear, implementar, coordinar, ejecutar y controlar la correcta prestación de los servicios públicos municipales. Apoya con la supervisión del ejercicio financiero de las obras y programas autorizados, integra los expedientes técnicos y financieros en coordinación con las dependencias municipales para el cumplimiento de las normativas.

ww. Departamento de asistencia social

Brinda soluciones a demandas y necesidades sociales o emergentes de los grupos vulnerables. Identifica y conforma el banco de datos de los grupos vulnerables por situaciones de pobreza, gestiona donaciones, proyectos sociales y fortalece el Programa del Adulto Mayor.

xx. Departamento de educación

Encargado del desarrollo educativo, diagnosticando la situación actual del sector educativo para diseñar y ejecutar proyectos de mejora de los niveles primario, básico y diversificado por madurez y cooperativa, coordinar los programas de alfabetización y genera alianzas público-privado para ejecutar proyectos en conjunto.

yy. Departamento de salud

Ejecuta y promueve los programas para fortalecer la salud física y emocional, creando alianza con el Ministerio de Salud y otras instituciones con el fin de ofrecer la mayor cantidad de servicios requeridos por la población. Administra los traslados a hospitales por emergencias y provee medicinas a bajo costo y mantiene actualizadas las estadísticas del índice de la salud Municipal.

zz. Departamento de cultura y deportes

Encargado de la formación integral de las personas por medio de los programas culturales y deportivos que promueven los valores para la convivencia. Desarrollando las actitudes de participación activa y solidaria en el municipio, crea y desarrolla programas cívicos y sociales, estableciendo programas de capacitación y adiestramiento en materia de cultura.

aaa. Sección de cultura

Responsable de activar la participación de las comunidades en actividades culturales y de entretenimiento, gestionando proyectos de organizaciones culturales que deseen presentar manifestaciones artísticas. Difunde actividades que fortalecen la historia e identidad de la comunidad.

bbb. Sección de deportes

Vela por la calidad de vida de la población a través del desarrollo de la práctica del deporte y la recreación, para el desarrollo físico, emocional, social e intelectual por medio del uso sano del tiempo de ocio, Norma las prácticas deportivas, estableciendo mecanismos de coordinación a nivel local.

ccc. Dirección de la policía municipal de tránsito

Ente encargado del ordenamiento vial del municipio, vigilando las diferentes vías públicas. Busca el cumplimiento de la Ley y Reglamento de Tránsito y sus reformas, administrando al personal de la Policía Municipal de Tránsito (PMT). Atiende las necesidades de vialidad y ordenamiento de tránsito de la comuna.

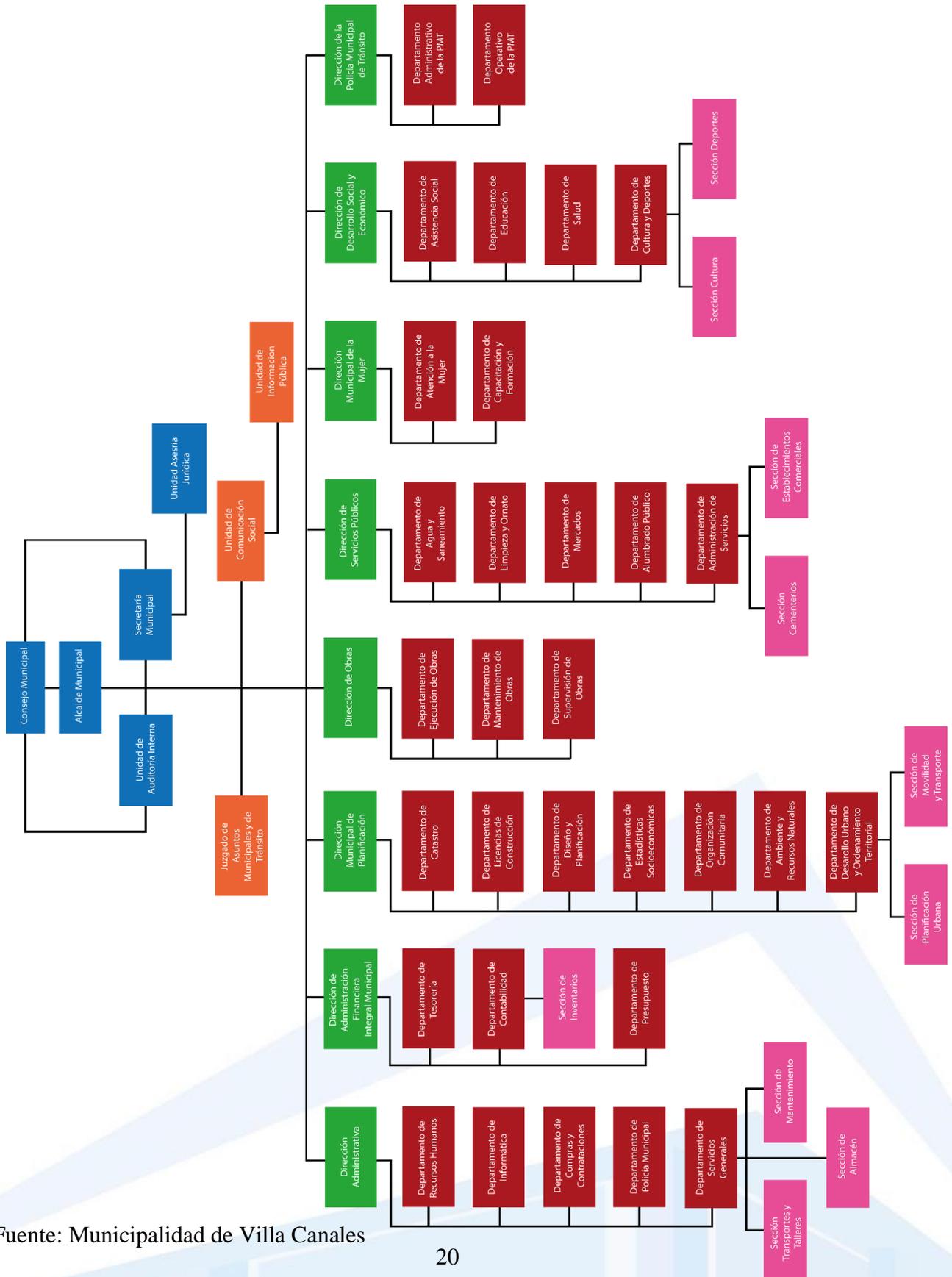
ddd. Departamento administrativo de la PMT

Encargado de las actividades administrativas de la Policía Municipal de Tránsito, registra periódicamente las colisiones, apoyo y servicios sociales en los que se haya tenido participación y coordina cursos de educación vial.

eee. Departamento operativo de la PMT

Responsable del centro de transiciones, brinda información interna o externa a la municipalidad por medio de la Central de Radio, mantiene el lazo de comunicación entre las diferentes unidades que lo requieran, entrega y controla el uso del equipo de servicio según sean asignados los turnos, controlando la información, servicios y novedades que se presentan.

1.6.1. Organigrama institucional



Fuente: Municipalidad de Villa Canales

1.7. Misión

Ejecutar adecuadamente los planes de desarrollo, programas, proyectos, obras y servicios, respondiendo a las necesidades de la población del municipio de Villa Canales, prestando servicios esenciales de agua potable, drenajes, pavimentación, asfalto de calles, alumbrado público, mejoramientos de mercados, recolección de desechos, reforzamiento de laderas, servicios de salud, educación, construcción de áreas deportivas, implementación de eventos culturales, sociales etc. a través del financiamiento con recursos propios, del gobierno central, apoyo de la comunidad internacional, colaboración activa de vecinos y organizaciones que garanticen un municipio seguro, ordenado, moderno, respetando los más elementales valores de la comunidad.

1.8. Visión

Transformar las políticas tradicionales de la municipalidad de Villa Canales, en acciones dinámicas con valor agregado, con el objeto de generar y ejecutar anticipadamente servicios, proyectos, programas, obras y servicios de calidad, en un corto plazo para resolver las necesidades de la población garantizando la salud, bienestar, seguridad, de la comunidad del municipio de Villa Canales.

1.9. Objetivos institucionales

Durante la observación se percató que la municipalidad de Villa Canales no cuenta con objetivos institucionales.

La Municipalidad de Villa Canales indica que “se fundamenta en principios y valores morales basados en normas de conducta para establecer una relación humana y cordial con la población canaleña para atender la demanda de sus necesidades, tomando en consideración el respeto mutuo, honestidad, oportunidad, responsabilidad, puntualidad, equilibrio, discrecionalidad, educación, etc... en el desarrollo, ejecución, manejo de los bienes y prestación de servicios municipales” (Manual de Organización y funciones. 2017. P. 14).

1.10. Públicos objetivos

Durante la recopilación de información se observó que la municipalidad de Villa Canales cuenta con diversos públicos objetivos, debido a que está comprometida con la población del municipio.

Por lo que se identificaron los siguientes públicos:

- Hombres y mujeres de 18 años en adelante, trabajadores o emprendedores los cuales tienen un nivel socioeconómico alto.
- Hombres y mujeres de 18 años en adelante, que no trabajan y que su nivel socioeconómico es bajo.
- Jóvenes de 15 a 30 años que trabajan y estudian y desean superarse, con nivel socioeconómico medio.
- Jóvenes de 15 a 25 años que estudian y están en búsqueda de una oportunidad laboral, con un nivel socioeconómico bajo.
- Mujeres de 15 años en adelante que son madres y amas de casa, con nivel socioeconómico bajo.
- Mujeres de 15 años en adelante que son madres solteras y buscan poder desarrollar una habilidad que les permita acceder a una oportunidad laboral, con nivel socioeconómico bajo.

También cuenta con públicos objetivos secundarios

- Niños y adolescentes, de escasos recursos que son activos en la economía informal, con un nivel socioeconómico muy bajo.
- Niños y adolescentes que se dedican a estudiar y que son dependientes económicos de sus padres.

Durante la observación se identificó que hay factores que impiden la participación de toda la población en los diferentes programas que la entidad ha implementado, debido que no llega

la información a todas las comunidades. Sobre todo, por la crisis sanitaria en la cual se encuentra todo el territorio, lo cual ha restringido las actividades que se realizaban normalmente.

Por lo que el plan de comunicación se ha delimitado hacia al 43% de la población que tiene acceso a un dispositivo con *internet* y por ende tiene acceso a redes sociales, según el censo realizado por el Instituto Nacional de Estadística -INE- en el año 2018.

1.11. Diagnóstico

El término de diagnóstico proviene de la palabra griega *diagnostikos* que significa a través del conocimiento. La RAE afirma que el diagnóstico es “recoger y analizar datos para evaluar problemas de diversa naturaleza”.

El diagnóstico es el proceso de distinguir, comprender y conocer una situación determinada, para llegar a conocer el entorno es preciso tener claridad de la situación, siendo el distinguir y comprender partes fundamentales en el proceso.

Los diagnósticos brindan el conocimiento necesario de las causas fundamentales de los problemas y brinda el aprendizaje para la planificación de acciones, a través de análisis de fondo, relacionando y compartiendo esfuerzos para enriquecer las experiencias de la comunidad.

1.11.1. Objetivo general del diagnóstico

- Identificar la comunicación y el sistema de comunicación virtual utilizado durante el periodo del 15 de marzo al 15 de mayo del 2020, en época de crisis por el Covid-19 por parte de la Municipalidad de Villa Canales.

1.11.2. Objetivos específicos del diagnóstico

- Analizar la comunicación interna de la Municipalidad de Villa Canales
- Determinar el uso de las plataformas de *Facebook*, *Instagram*, *Twitter* y *Página Web*, en la época del Covid-19 por parte de la Municipalidad de Villa Canales.
- Describir los medios de comunicación virtual que se utilizan en época de aislamiento para brindar información a la población por parte de la Municipalidad de Villa Canales.

1.12. Tipos de investigación

La investigación es el proceso de aplicar el método científico para la obtención de datos que ayuda a entender, verificar, corregir o aplicar conocimiento. Permite el contacto con la realidad para un mejor conocimiento para formular nuevas teorías o modificar las existentes.

Las investigaciones se pueden definir de diferentes maneras, según su propósito, alcance, enfoque, diseño, etc.

a. Según su propósito o finalidad

La investigación puede ser básica, pura, teórica o dogmática, cuando se centra en el conocimiento y parte de un marco teórico para modificar o crear teorías. También puede ser aplicada, práctica o empírica, cuando busca la aplicación o utilización del conocimiento adquirido para generar un cambio en el entorno.

b. Según la intervención del investigador

La investigación puede ser observacional cuando el investigador no interviene, los datos reflejan la evolución de los eventos, siendo ajena a la voluntad del investigador. También puede ser experimental cuando el investigador planea, manipula y controla las variables de estudio.

c. Según la planificación de la toma de datos

La investigación puede ser retrospectiva cuando el investigador recoge los datos de registros, son secundarios, debido a que no se tuvo participación en la obtención de los datos. Igualmente puede ser prospectiva debido a que los datos son importantes y son recolectados directamente por el investigador, por ello se tiene el control y son una fuente primaria.

d. Según números de ocasiones en que se mide la variable

La investigación es transversal cuando se mide una sola vez las variables y para realizar comparaciones se utilizan muestras independientes. También son longitudinales cuando se mide la variable dos o más veces para realizar comparaciones, siendo muestras relacionadas de un antes y después.

e. Según número de variables de interés

La investigación es descriptiva cuando se centra en una sola muestra para describir parámetros de la población. También puede ser analítica cuando el análisis estadístico contempla más de dos muestras para plantear y poner a prueba hipótesis, estableciendo asociación entre factores.

f. Según la clase de medios utilizados para obtener los datos

La investigación documental es la que se apoya en fuentes documentales de cualquier especie y se divide en: bibliográficas, hemerográficas y archivística. Puede ser de campo cuando la información es proveniente de entrevistas, cuestionarios, encuestas y observaciones. También puede ser experimental cuando se obtiene la información de actividades intencionadas por el investigador,

g. Según su alcance

La investigación puede dividirse en exploratoria, descriptiva, correlacional, explicativa, predictiva y aplicada.

Es exploratoria cuando no hay antecedentes o un estudio previo, explora el objeto de estudio, se basa en observar para identificar las características particulares. Es descriptiva cuando su objetivo es describir el fenómeno, teniendo un sentido preciso el investigador para describir aspectos del fenómeno identificando rasgos importantes. Es correlacional cuando se hace una relación o asociación entre dos variables en un contexto determinado, analizando profundamente bajo control cumpliendo criterios de causalidad.

Es explicativa cuando el nivel de la investigación es más profunda debido a que su propósito es explicar las causas del fenómeno u objeto de estudio. Es predictiva cuando se encarga de estimaciones generalmente adversas, de ocurrencias o en función al tiempo y es aplicada cuando la investigación plantea resolver problemas e intervenir en la historia, enmarca la innovación técnica, artesanal e industrial como la científica.

1.13. Enfoques de la investigación

La investigación según su enfoque se divide en cualitativa, cuantitativa y mixta.

La cualitativa se enfoca en la calidad o cualidad de un objeto de estudio, se basa en la obtención de información a través de entrevistas a profundidad y observaciones del contexto. Es cuantitativa cuando se basa en obtener información que puede ser medible a través de números, como encuestas donde se busca una estadística relevante y es mixta cuando se unen los dos enfoques en una investigación, donde se estudian las cualidades y también se obtienen datos numéricos.

1.14. Técnicas de recolección de datos

El estudio realizado es descriptivo, observacional por lo que la recolección de datos se realizó a través del método con enfoque mixto, cuantitativo-cualitativo. Siendo el método "el camino que se sigue para lograr una meta u objetivo; es el procedimiento que se recorre en la investigación para obtener conocimientos" (Morán y Alvarado. 2010. p. 46).

Las técnicas de recolección de datos se desarrollan con base al método aplicado, debido a que son un conjunto de instrumentos que auxilian al investigador para la recopilación de datos y la aplicación de los métodos. Para el método mixto se utilizaron las técnicas de la observación, documentación, entrevista y encuesta. Que permiten que los datos puedan ser codificados de forma numérica y analizarlos como texto.

1.15. Observación

La Real Academia Española afirma que observar es “examinar atentamente, mirar con atención y recato”.

La observación permite la participación profunda en situaciones sociales, accediendo a un papel activo de análisis y reflexión atendiendo los detalles de los sucesos, eventos e interacciones que se realiza en el entorno observado.

1.15.1. Tipos de observación

La observación puede ser no participativo, cuando únicamente se hace observación de materiales como videos, redes sociales, páginas *web*, entre otros.

La observación pasiva es cuando se observan las reacciones y entornos, pero no se interactúa, siendo un proceso formativo, constituyendo un medio para el estudio cualitativo.

1.15.2. La observación en la Municipalidad de Villa Canales

En este proceso la observación se desarrolló durante un período de dos meses, del 15 de marzo al 15 de mayo del año 2020, donde se identificó que la comunicación en redes sociales de la Municipalidad de Villa Canales se basa en información del Covid-19, como las actualizaciones de datos, las disposiciones del gobierno, ayuda a la comunidad por la pandemia, aviso de toque de queda, etc. También se detectó que los perfiles tienen bastantes seguidores, pero poca interacción.

En *Twitter* se cuenta con 1 985 seguidores, pero únicamente con 4 publicaciones, siendo el mayor número de interacciones, 4 me gusta. En el perfil de *Instagram* cuenta con 1 801 seguidores y con 27 publicaciones, teniendo más interacción, siendo el mayor número de reacciones de 48 me gusta en una publicación. La *FanPage* de *Facebook* es la que tiene mayor interacción, con 373 publicaciones, teniendo 789 reacciones la publicación más interactiva, considerada una interacción media debido a que cuenta con 38 991 seguidores.

También se identificó que la página *web* no se actualiza constantemente, teniendo una sección de noticias, la cual cuenta con publicaciones con poco contenido y no se le da mayor tráfico. Considerando que las páginas *web* son el medio de respaldo de las plataformas de redes sociales.

1.16. Documentación

La documentación según la RAE es “instrumento o conjunto de documentos oficiales que permiten la identificar a una persona y documentar o acreditar algún dato específico. También se considera una disciplina encargada de la compilación, clasificación y gestión de documentos informativos.

Los documentos, materiales y artefactos diversos. Ayudan a entender el fenómeno central del estudio. La mayor parte de la población, grupos, organizaciones, comunidades y sociedades producen y narran, o delinean sus historias y estatus actuales. Sirven al

investigador para conocer los antecedentes de un ambiente, así como las vivencias o situaciones que se producen en él y su funcionamiento cotidiano y anormal. (Sampieri, 2014, p. 415).

En el proceso de obtención de información se consultaron diversos documentos como la monografía y los nueve (9) tomos del manual de organización y funciones de la Municipalidad de Villa Canales. También se consultó un (1) informe de Ejercicio Profesional Supervisado realizado en el año 2015, tres (3) tesis elaborados con base en la Musicalidad de Villa Canales y las estadísticas del censo realizado por el INE en el año 2018.

1.17. Entrevista

La entrevista proporciona información al poder ser cuestionado un tema determinado, mediante la generación reuniones para realizar conversaciones basadas en un cuestionario para un participante o más, con el propósito de intercambiar información sobre un tema determinado.

Hay tres tipos de entrevistas, las cuales son; estructuradas, que están regidas por una guía específica de preguntas y se debe respetar; semiestructuradas, donde el entrevistador tiene una guía con preguntas base, pero es libre de agregar preguntas según sea el caso y las entrevistas abiertas, que se trabajan con una guía general de los temas y el entrevistador es libre de manejarla a su ritmo.

Se realizó una entrevista abierta al Lcdo. Edwin Ramírez (03 de junio de 2020), coordinador del departamento de comunicación social de la Municipalidad de Villa Canales, donde indicó que están trabajando la imagen corporativa, debido a que tiene como meta llegar a posicionar la municipalidad como el ente oficial de información y desarrollo del municipio.

También ha indicado que manejan perfiles oficiales en *Facebook*, *Instagram* y *Twitter*. Enfocándose en la *FanPage* de *Facebook* donde han tenido gran aceptación de la información publicada, adicional indicó que se apoyan en medios impresos locales.

1.18. Encuesta

La encuesta es un instrumento de la investigación, es un procedimiento que permite descubrir diversas situaciones cualitativamente, al mismo tiempo que obtiene información cuantificable relacionada con el número de personas encuestadas. Hace posible la obtención de datos de manera sistemática, detallando los datos al estudiar a la población a través de características generales, con conocimiento de un margen de error.

Las encuestas "sirven para captar información personal de los sujetos en estudio cuando la poseen y es de presumir que están dispuestos a ofrecerla (edad, materia que está cursando, etc.) y para conocer opiniones, creencias, actitudes, expectativas, valoraciones, intereses, intenciones, puntos de vista, sentimientos, percepciones y representaciones de las personas así como, en ciertos casos, la información con que se cuentan" (Grasso. 2006. p. 14).

Las muestras pueden ser probabilísticas o no probabilística.

Las muestras probabilísticas se basan en la equidad de la probabilidad, es decir que cada individuo de la población tendrá la misma probabilidad de ser elegido. Las muestras probabilísticas también llamadas aleatorias o al azar, se dividen en:

- Muestreo aleatorio simple, que permite que todos los individuos de la población tengan la misma oportunidad de ser incluidos en la muestra por medio de sorteo o por medio de las tablas de números aleatorios.
- Muestreo aleatorio estratificado, en este método la población es dividida en grupos por estratos, de tal manera que solo pueden estar en el grupo los individuos que cumplan con ciertas características requeridas, se utiliza cuando la población es heterogénea.
- Muestreo sistemático, es utilizado para revisar sumas, cuentas, etc. debido a que primero se determina un intervalo igual al valor obtenido de la división de la población en la muestra, para tomar una observación aleatoria.

Las muestras no probabilísticas son para estudios exploratorios y no para realizar generalizaciones, Se toma la muestra utilizando los criterios de investigador y puede ser seleccionada por:

- a. Por Opinión o juicio
- b. Por cuotas
- c. Por bola de nieve
- d. Por conveniencia

El tamaño de la población se puede determinar por medio de las siguientes formulas:

Fórmula para universo infinito, cuando no se conoce el tamaño de la población.

$$n = \frac{Z_a^2 \times p \times q}{d^2}$$

Donde

Z = nivel de confianza,

p = probabilidad de éxito, o proporción esperada

q = probabilidad de fracaso

d = precisión (error máximo admisible en términos de proporción)

n = tamaño de la muestra

Fórmula para universo finito, cuando se conoce el tamaño de la población.

$$n = \frac{N \times Z_a^2 \times p \times q}{d^2 \times (N - 1) + Z_a^2 \times p \times q}$$

Donde

Z = nivel de confianza (correspondiente con tabla de valores de Z)

p = probabilidad de éxito, o proporción esperada

q = probabilidad de fracaso

* Nota: cuando no hay indicación de la población que se posee o no el atributo, se asume 50% para p y 50% para q.

N = Tamaño de la población

d = precisión (error máximo admisible en términos de proporción)

n = tamaño de la muestra

Para el desarrollo del diagnóstico se utilizó la fórmula de universo finito, debido a que la Municipalidad de Villa Canales cuenta con 110 empleados.

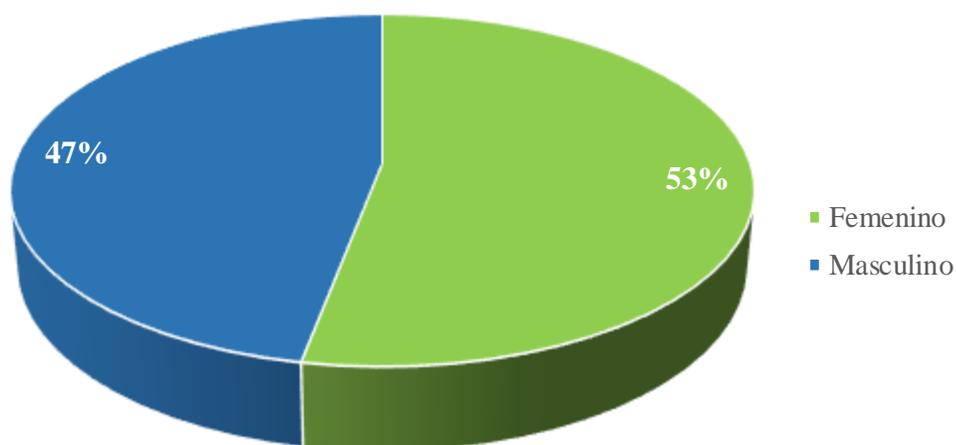
1.19. Interpretación de resultados

La interpretación de resultados es la etapa posterior al análisis de la información, es el proceso mediante el cual se trata de identificar un significado de la información recabada. Consiste en separar la información y darle sentido a la información recabada mediante un plan de análisis, que puede ser cualitativo, cuantitativo o mixto.

En el diagnóstico fue desarrollada la observación de las plataformas digitales de la Municipalidad de Villa Canales, para identificar las oportunidades y amenazas de su comunicación virtual. También se realizó una encuesta con una muestra de 51 empleados de la Municipalidad de Villa Canales, para conocer las fortalezas y debilidades de la comunicación interna.

Gráfica No. 1 – Encuesta

Género de los empleados de la Municipalidad de Villa Canales



Respuesta	Porcentaje	Cantidad
Femenino	53%	27
Masculino	47%	24

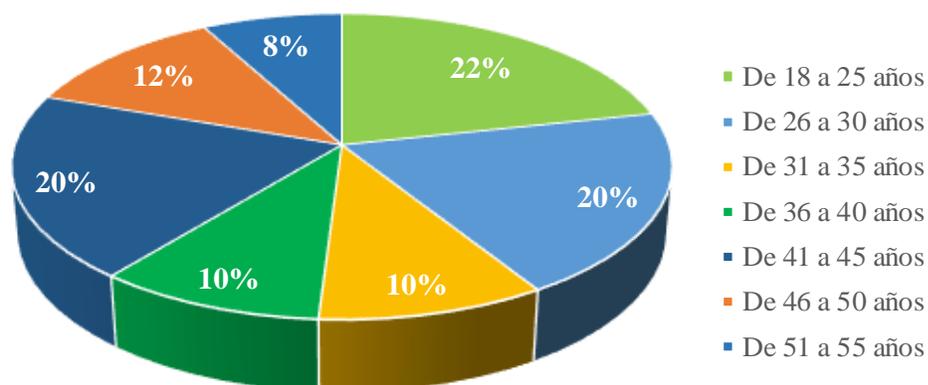
Total encuestados: 51 colaboradores

Fuente: Elaboración propia

El 53% de los colaboradores de la Municipalidad de Villa Canales es de género femenino y el 47% de los colaboradores es de género masculino. Por lo que es evidente que la Municipalidad es una institución que apoya a toda la población del municipio, sin hacer distinción de género.

Gráfica No. 2 – Encuesta

Edad de los empleados de la Municipalidad de Villa Canales



Respuesta	Porcentaje	Cantidad
De 18 a 25 años	22%	11
De 26 a 30 años	20%	10
De 31 a 35 años	10%	5
De 36 a 40 años	10%	5
De 41 a 45 años	20%	10
De 46 a 50 años	12%	6
De 51 a 55 años	8%	4

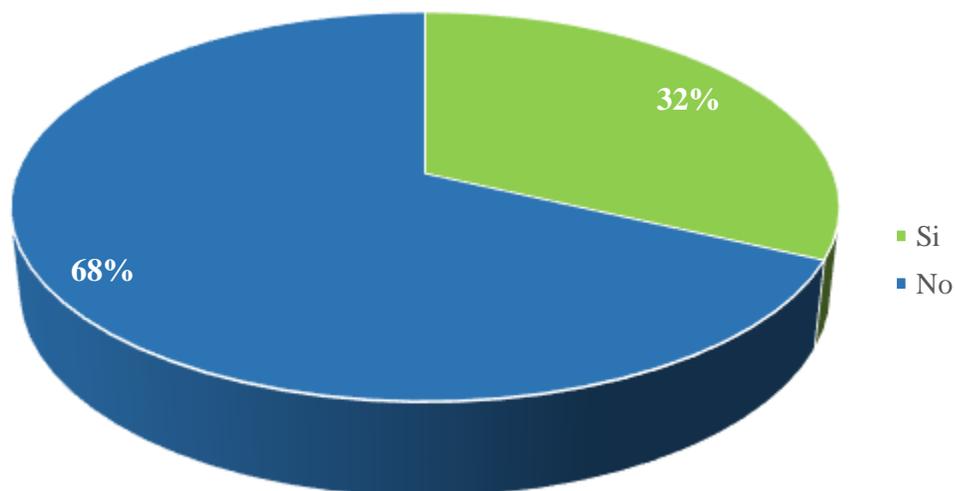
Total encuestados: 51 colaboradores

Fuente: Elaboración propia

El 22% de los colaboradores de la Municipalidad de Villa Canales esta en el rango de edad de 18 a los 25 años, el 20% de los 26 a los 30, el 10% de los 31 a los 35, el 10% de los 36 a lo 40, el 20 % de los 41 a los 45, el 12% de los 46 a los 50 y el 8% de los 51 a los 55. Lo que evidencia que los trabajadores mayores no están laborando, debido a la situación de la pandemia del Covid-19. La municipalidad resguarda la salud de sus trabajadores.

Gráfica No. 3 – Encuesta

¿Conoce la historia del municipio de Villa Canales?



Respuesta	Porcentaje	Cantidad
Si	32%	16
No	68%	35

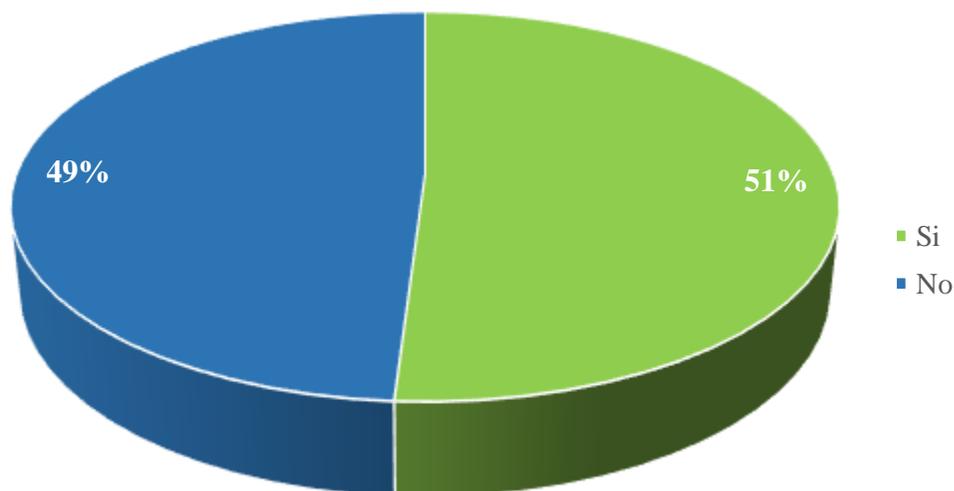
Total encuestados: 51 colaboradores

Fuente: Elaboración propia

El 32% de los colaboradores de la Municipalidad conoce la historia del municipio, mientras que el 68% no conoce la historia. Por lo que se evidencia que la mayor parte de los colaboradores desconocen los procesos que ha vivido el municipio, por lo tanto, se necesita reforzar la identidad de los empleados con su municipio.

Gráfica No. 4 – Encuesta

¿Conoce la historia de la Municipalidad de Villa Canales?



Respuesta	Porcentaje	Cantidad
Si	51%	26
No	49%	25

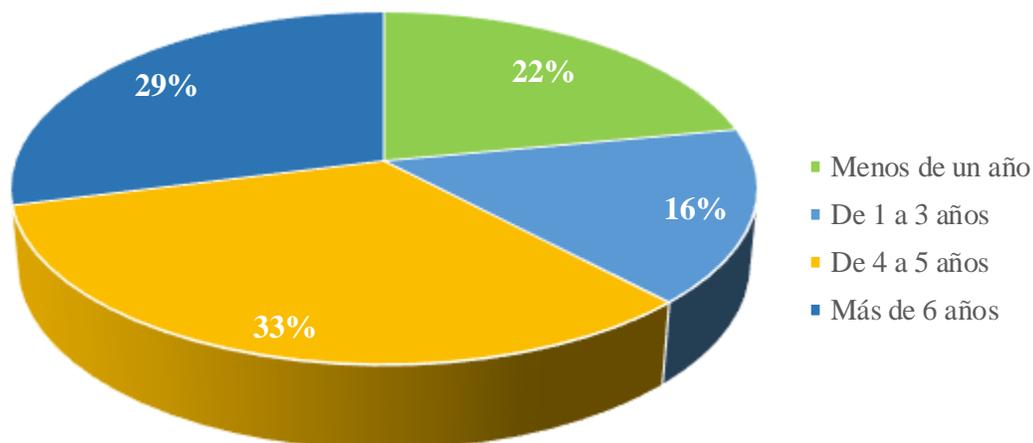
Total encuestados: 51 colaboradores

Fuente: Elaboración propia

El 51% de los empleados conoce la historia de la Municipalidad de Vila Canales, mientras que el 49% indica que no. Lo cual evidencia que hay un desconocimiento de la historia de la institución, lo que es una debilidad, debido a mientras mayor sea el desconocimiento será menor la identificación con la institución.

Gráfica No. 5 – Encuesta

¿Cuánto tiempo tiene de laborar en la Municipalidad de Villa Canales?



Respuesta	Porcentaje	Cantidad
Menos de un año	22%	11
De 1 a 3 años	16%	8
De 4 a 5 años	33%	17
Más de 6 años	29%	15

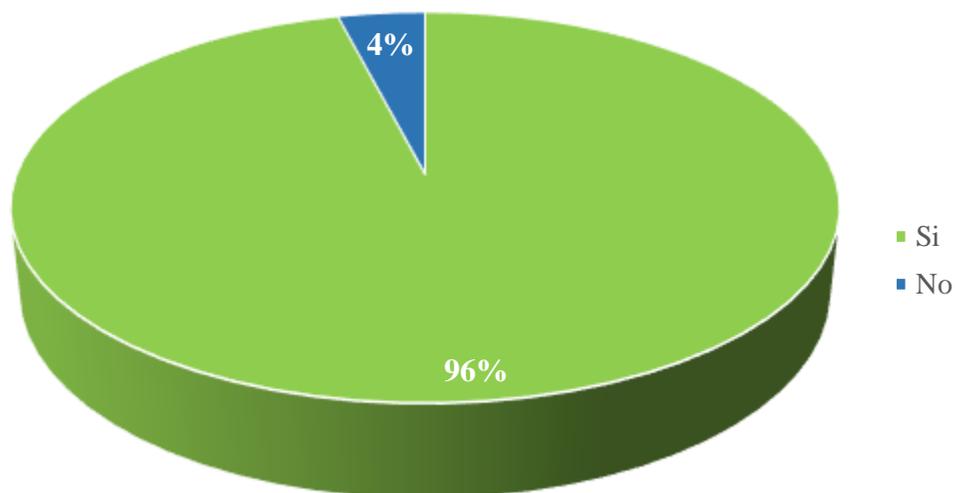
Total encuestados: 51 colaboradores

Fuente: Elaboración propia

El 33% de los colaboradores de la Municipalidad de Villa Canales llevan laborando en la institución de 4 a 5 años, el 29% llevan mas de 6 años, el 22% menos de un año y el 16% de 1 a 3 años. Lo que evidencia que la municipalidad es una institución que brinda un trabajo estable y que apoya en el desarrollo profesional de los colaboradores.

Gráfica No. 6 – Encuesta

¿Le gusta el ambiente laboral en su área o departamento?



Respuesta	Porcentaje	Cantidad
Si	96%	49
No	4%	2

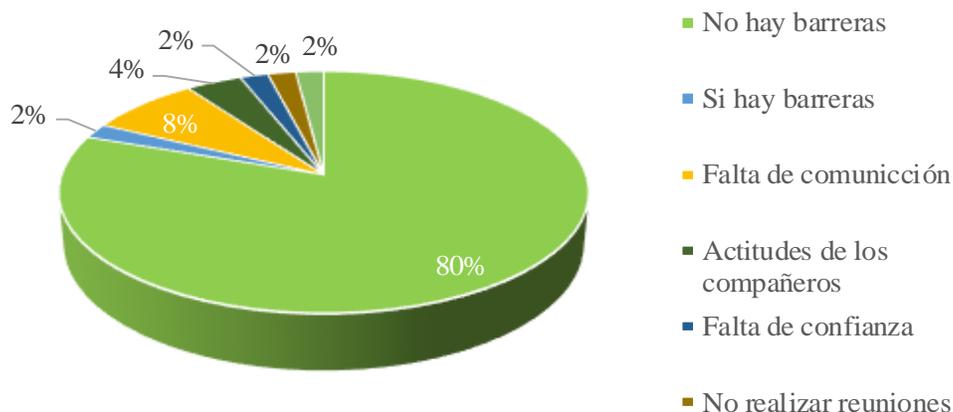
Total encuestados: 51 colaboradores

Fuente: Elaboración propia

El 96% de los trabajadores indica que le gusta el ambiente laboral de la municipalidad de Villa Canales y solo el 4% indica que no. Lo que evidencia que la municipalidad cuenta con un excelente clima laboral.

Gráfica No. 7 – Encuesta

Creo que existen barreras de comunicación, es decir dificultades que pueden presentarse durante el proceso comunicativo en su área laboral, mencione alguna de ellas.



Respuesta	Porcentaje	Cantidad
No hay barreras	80%	41
Si hay barreras	2%	1
Falta de comunicación	8%	4
Actitudes de los compañeros	4%	2
Falta de confianza	2%	1
No realizar reuniones	2%	1
Mejora de procesos internos	2%	1

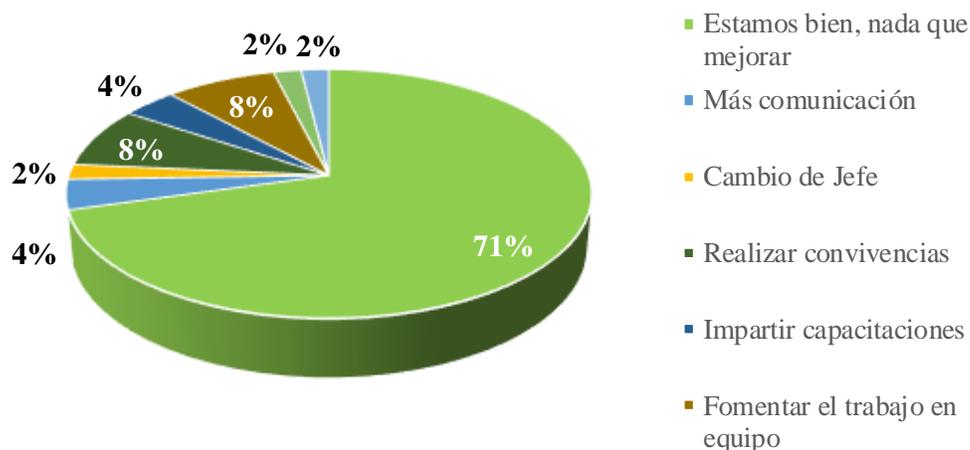
Total encuestados: 51 colaboradores

Fuente: Elaboración propia

El 80% de los trabajadores indican que no tienen barreras de comunicación, el 8% indica que hay falta de comunicación, el 4% dice que hay que mejorar las actitudes de los compañeros, el 2% indican que, si hay barreras, el 2% indica que hay falta de confianza, el 2% indica que no se realizan reuniones periódicas donde pueden ser escuchados y el 2% indica que hay que mejorar los procesos internos. Lo cual evidencia que la comunicación interna esta en un buen nivel y solo hay que mejorar pocos aspectos.

Gráfica No. 8 – Encuesta

Que sugiere para mejorar la comunicación en su área de trabajo



Respuesta	Porcentaje	Cantidad
Estamos bien, nada que mejorar	71%	36
Más comunicación	4%	2
Cambio de Jefe	2%	1
Realizar convivencias	8%	4
Impartir capacitaciones	4%	2
Fomentar el trabajo en equipo	8%	4
Creación de manuales	2%	1
Implementación de tecnología	2%	1

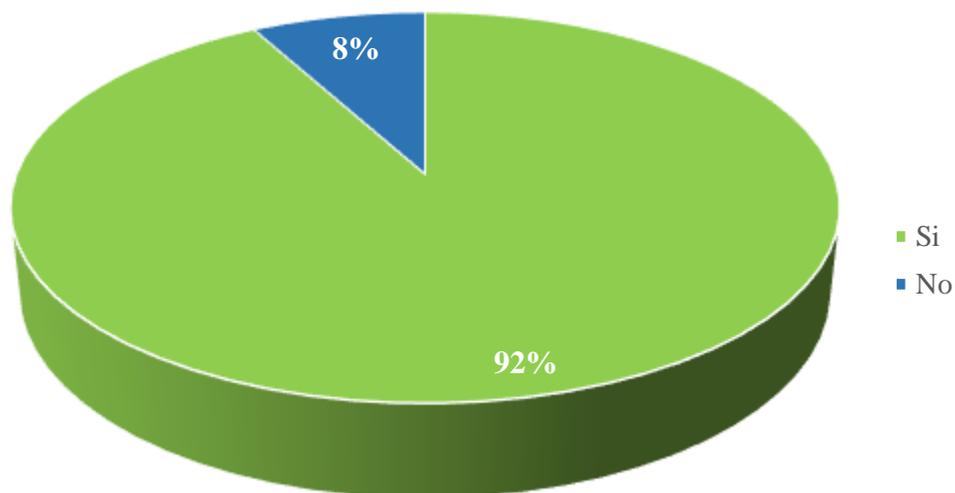
Total encuestados: 51 colaboradores

Fuente: Elaboración propia

El 71% de los empleados indican que la comunicación en su área es buena, el 8% indica que se deben realizar convivencias, otro 8% indica que debe fomentarse el trabajo en equipo, un 4% indica que debe haber más comunicación, otro 4% indican que deben realizar mas capacitaciones, un 2% indica que se deben crear manuales de funciones, otro 2% indica que se debe cambiar de jefe y el ultimo 2% indica que se debe implementar tecnología, Lo que evidencia que se tiene una buena comunicación en la institución.

Gráfica No. 9 – Encuesta

En el puesto que desempeña, considera que se puede desempeñar profesionalmente



Respuesta	Porcentaje	Cantidad
Si	92%	47
No	8%	4

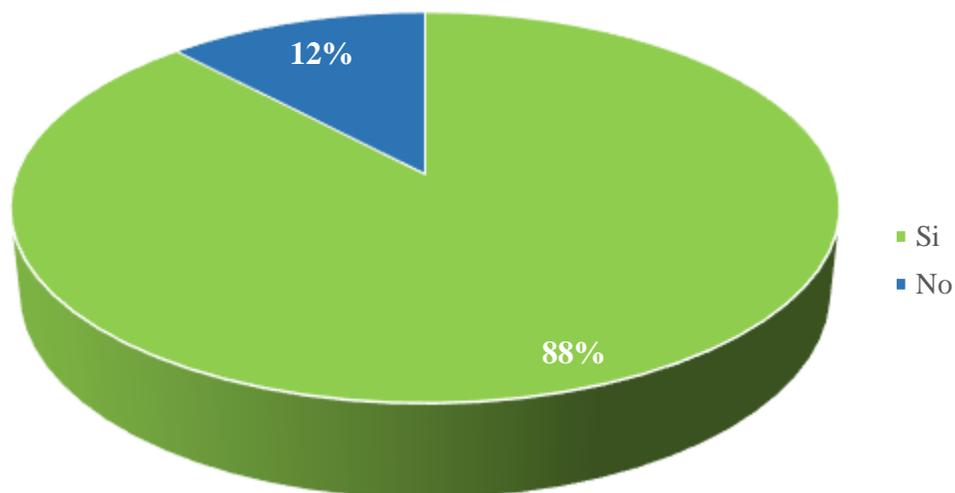
Total encuestados: 51 colaboradores

Fuente: Elaboración propia

El 92% de los empleados indican que se desarrollan profesionalmente en su puesto de trabajo y solo el 8% indican que no. Por lo que demuestra que la Municipalidad de Villa Canales busca el desarrollo de sus colaboradores.

Gráfica No. 10 – Encuesta

¿Se siente libre de expresar sus ideas?



Respuesta	Porcentaje	Cantidad
Si	88%	45
No	12%	6

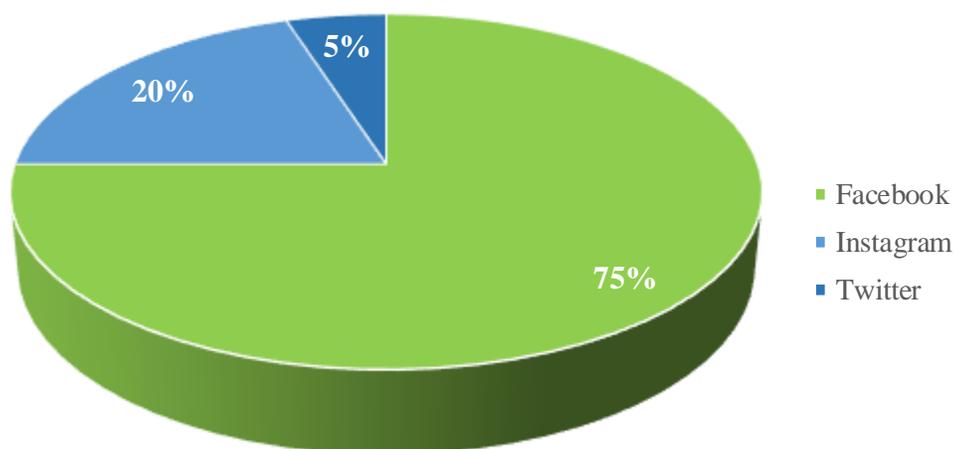
Total encuestados: 51 colaboradores

Fuente: Elaboración propia

El 88% de los trabajadores de la Municipalidad indican que son libres de expresar sus ideas y el 12% indican que no. Lo que evidencia que es un ambiente donde pueden expresarse y participar libremente con los diferentes colaboradores.

Gráfica No. 11 – Encuesta

¿Qué redes sociales sigue de la Municipalidad de Villa Canales?



Respuesta	Porcentaje	Cantidad
Facebook	75%	38
Instagram	20%	10
Twitter	5%	3

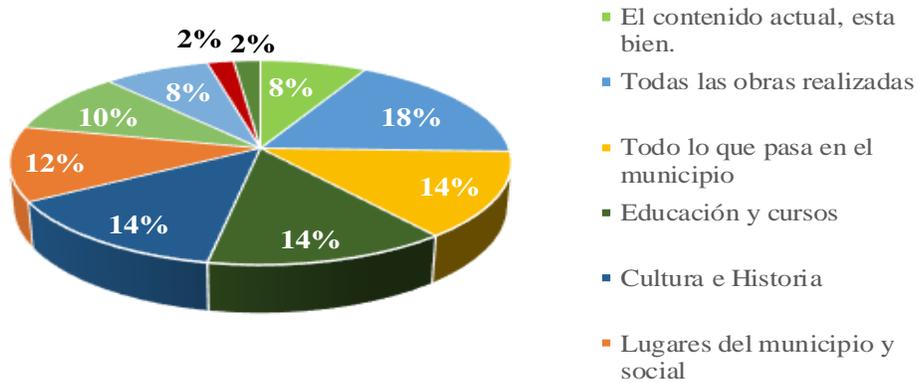
Total encuestados: 51 colaboradores

Fuente: Elaboración propia

El 75% de los empleados indican que siguen la red social de *Facebook*, el 20% *Instagram* y el 5% *Twitter*. Lo cual evidencia el porqué la comunicación de la municipalidad en redes sociales se enfoca en la plataforma de *Facebook*, debido a que cuentan con más seguidores en esa red social.

Gráfica No. 12 – Encuesta

¿Qué temas le gustaría ver en las redes sociales de la Municipalidad de Villa Canales?



Respuesta	Porcentaje	Cantidad
El contenido actual, esta bien.	8%	4
Todas las obras realizadas	18%	9
Todo lo que pasa en el municipio	14%	7
Educación y cursos	14%	7
Cultura e Historia	14%	7
Lugares del municipio y social	12%	6
Datos curiosos	10%	5
Desempeño de los empleados	8%	4
Deportes	2%	1
Gastronomía	2%	1

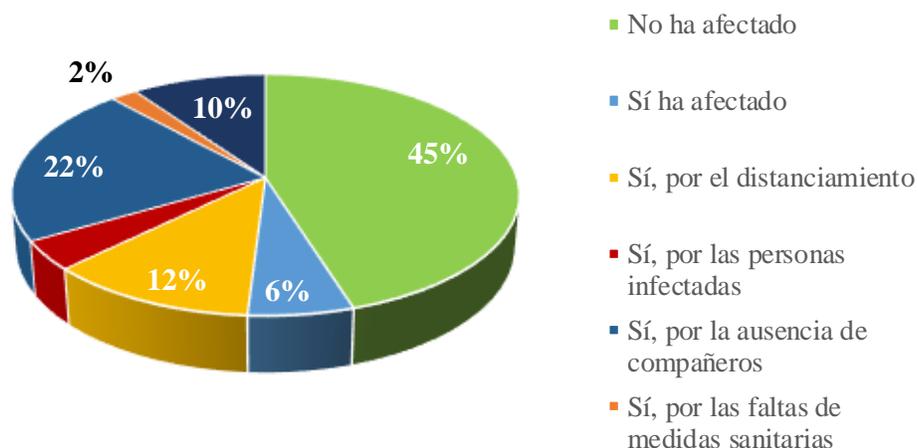
Total encuestados: 51 colaboradores

Fuente: Elaboración propia

El 18% de los empleados indican que en las redes sociales deberían publicarse temas de las obras realizadas por la municipalidad, un 14% indican que deben publicarse respecto a lo que pasa en el municipio, otro 14% indica que debe publicarse sobre educación y cursos en línea, otro 14% que debe publicarse sobre cultura e historia, un 12% indica que se deben publicar de los lugares del municipio, un 10% indica que deben ser temas de datos curiosos, un 8% indica que el contenido actual, esta bien, otro 8% indica que deben ser temas de desempeño de los empleados, un 2% indica que debe publicarse de deportes y el ultimo 2% prefiere temas de gastronomía. Lo que evidencia que la municipalidad cuenta con diversos temas de interés con los que puede conectar con la población a través de sus redes sociales.

Gráfica No. 13 – Encuesta

¿Ha afectado la pandemia en su trabajo? y ¿por qué?



Respuesta	Porcentaje	Cantidad
No ha afectado	45%	23
Sí ha afectado	6%	3
Sí, por el distanciamiento	12%	6
Sí, por las personas infectadas	4%	2
Sí, por la ausencia de compañeros	22%	11
Sí, por las faltas de medidas sanitarias	2%	1
Sí, por la movilización	10%	5

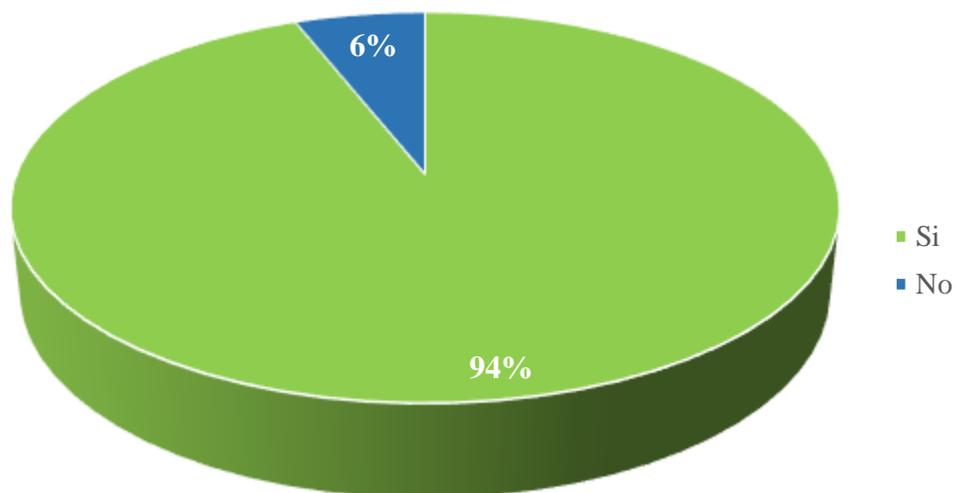
Total encuestados: 51 colaboradores

Fuente: Elaboración propia

El 48% de los trabajadores de la municipalidad indican que la pandemia del Covid-19 no ha afectado, el 22% indica que, si ha afectado por la ausencia de compañeros, el 12% indica que ha afectado por el distanciamiento social, el 10% indica que ha afectado por la movilización, el 6% incida que ha afectado, el 4% indica que afecta por las personas infectadas y el 2% indica que afecta por la falta de medidas sanitarias. Lo que demuestra que la municipalidad ha logrado adecuarse a la pandemia sin dejar de atender a la población.

Gráfica No. 14 – Encuesta

¿Recomendaría trabajar en la Municipalidad de Villa Canales?



Respuesta	Porcentaje	Cantidad
Si	94%	48
No	6%	3

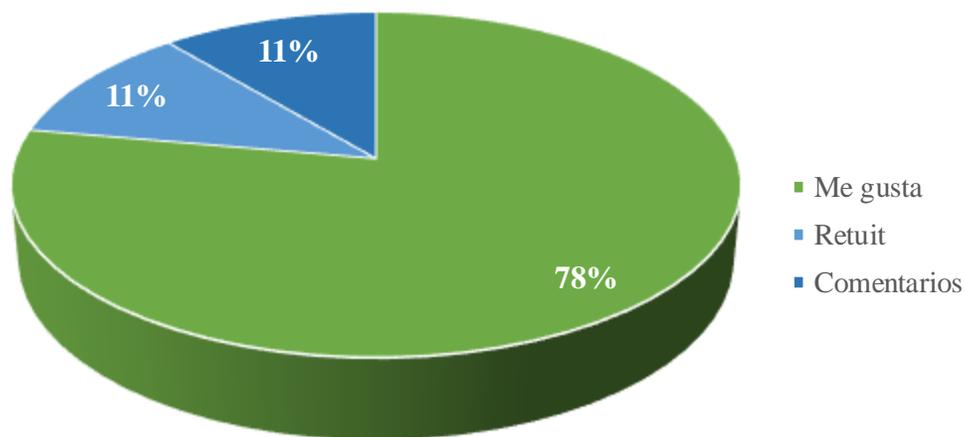
Total encuestados: 51 colaboradores

Fuente: Elaboración propia

El 94% de los trabajadores de la Municipalidad de Villa Canales indican que si recomendarían trabajar en la institución y el 6% indica que no. Lo que evidencia que la comunicación interna se está ejecutando correctamente, debido la institución cuenta con un excelente clima laboral para sus colaboradores.

Gráfica No. 15 – Observación de las redes sociales

Interacciones de las publicaciones de Twitter Del 15-marzo al 15-mayo 2020



Respuesta	Porcentaje	Cantidad
Me gusta	78%	7
Retuit	11%	1
Comentarios	11%	1

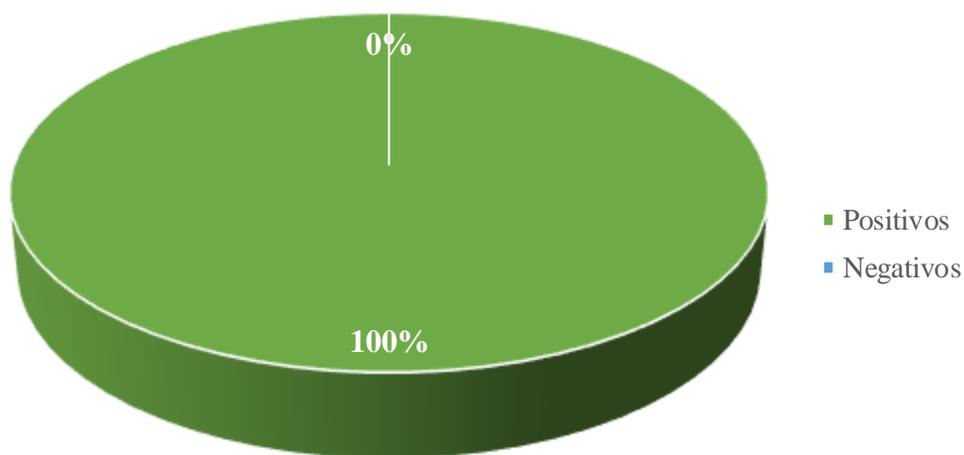
Total de publicaciones: 4
Total de Seguidores: 1985

Fuente: Elaboración propia

El 78% de las interacciones en las publicaciones en *Twitter* son de me gusta, el 11% son *retuit* y el 11% comentarios. Lo que evidencia que la actividad de esta plataforma está descuidada, debido a que únicamente cuenta con 4 publicaciones en un período de dos meses.

Gráfica No. 16 – Observación de las redes sociales

Comentarios de las publicaciones de Twitter
Del 15-marzo al 15-mayo 2020



Respuesta	Porcentaje	Cantidad
Positivos	100%	1
Negativos	0%	0

Total de publicaciones: 4
Total de Seguidores: 1985

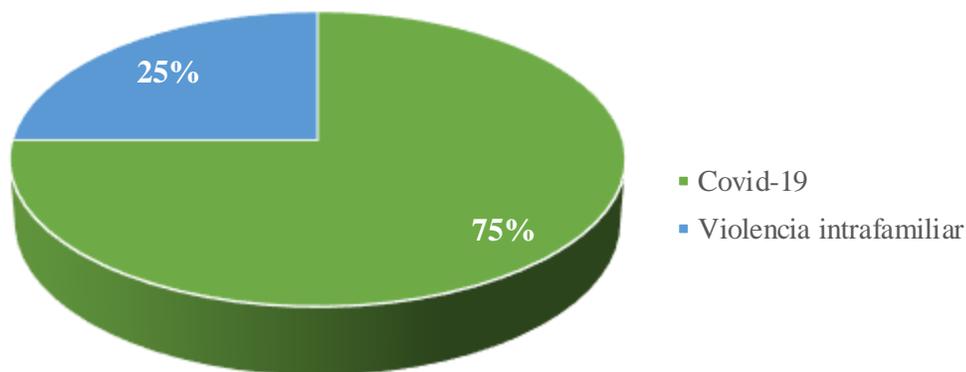
Fuente: Elaboración propia

Los comentarios en las publicaciones cuentan con 100% de mensajes negativos. Esto evidencia que los mensajes que la Municipalidad de Villa Canales deben ser mejorados, para poder conectar con la población canaleña.

Gráfica No. 17 – Observación de las redes sociales

Temas de las publicaciones de Twitter

Del 15-marzo al 15-mayo 2020



Respuesta	Porcentaje	Cantidad
Covid-19	75%	3
Violencia intrafamiliar	25%	1

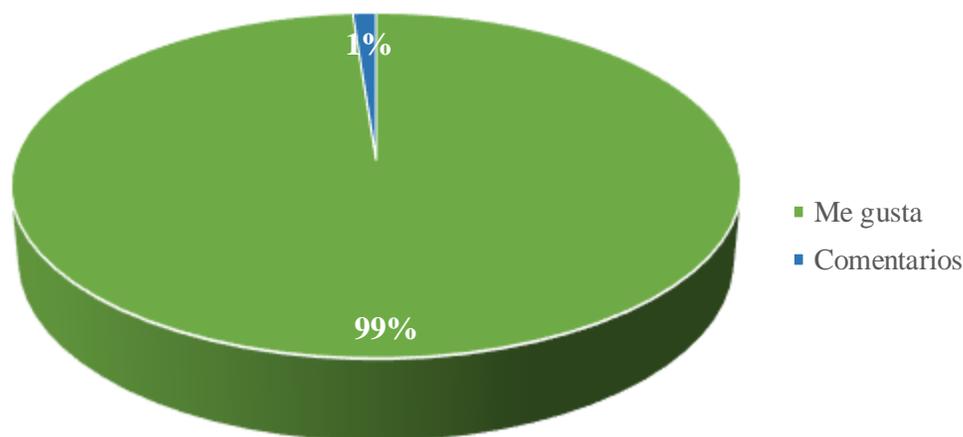
Total de publicaciones: 4
Total de Seguidores: 1985

Fuente: Elaboración propia

El 75% de las publicaciones corresponden a la información del Covid-19 y el 25% de las publicaciones son relacionadas con la violencia intrafamiliar. Por lo que es evidente que los temas de las publicaciones están enfocados en informar y han descuidado otros temas de interés para la población.

Gráfica No. 18 – Observación de las redes sociales

Interacciones de las publicaciones de Instagram
Del 15-marzo al 15-mayo 2020



Respuesta	Porcentaje	Cantidad
Me gusta	99%	665
Comentarios	1%	8

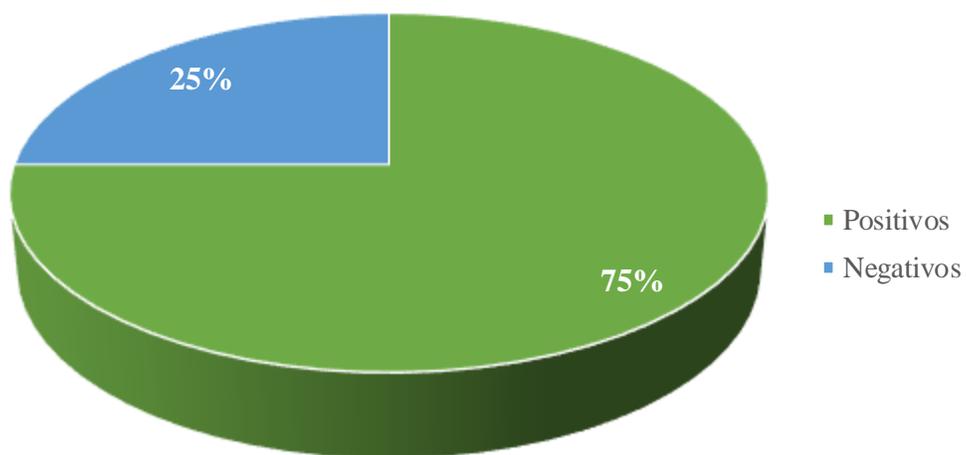
Total de publicaciones: 27
Total de Seguidores: 1801

Fuente: Elaboración propia

El 99% de las publicaciones de la plataforma de Instagram son me gusta y el 1% son comentarios. Lo que evidencia que esta plataforma tiene más aceptación y reacciones de los seguidores, por lo que es un área para mejorar para poder conectar con la población del municipio.

Gráfica No. 19 – Observación de las redes sociales

Comentarios de las publicaciones de Instagram
Del 15-marzo al 15-mayo 2020



Respuesta	Porcentaje	Cantidad
Positivos	75%	6
Negativos	25%	2

Total de publicaciones: 27
Total de Seguidores: 1801

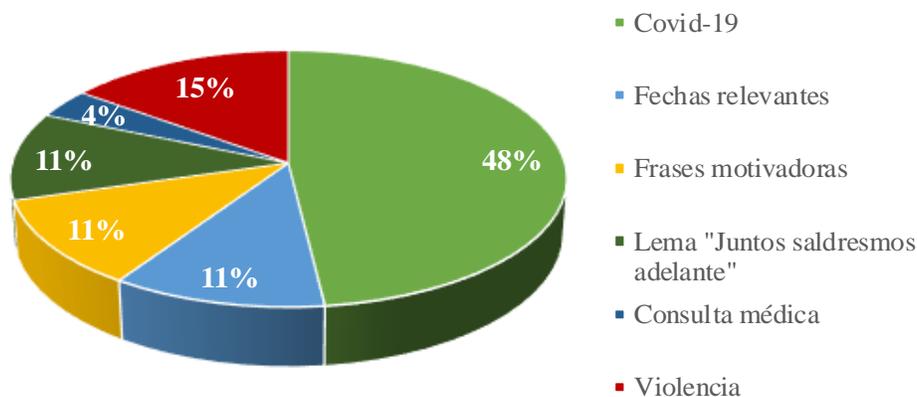
Fuente: Elaboración propia

Los comentarios en la plataforma de *Instagram* cuentan con un 75% para los positivos y un 25% para los negativos. Evidenciando una mejor comunicación, debido a que cambia el panorama comparando con la plataforma de *Twitter*.

Gráfica No. 20 – Observación de las redes sociales

Temas de las publicaciones de Instagram

Del 15-marzo al 15-mayo 2020



Respuesta	Porcentaje	Cantidad
Covid-19	48%	13
Fechas relevantes	11%	3
Frases motivadoras	11%	3
Lema "Juntos saldremos adelante"	11%	3
Consulta médica	4%	1
Violencia	15%	4

Total de publicaciones: 27

Total de Seguidores: 1801

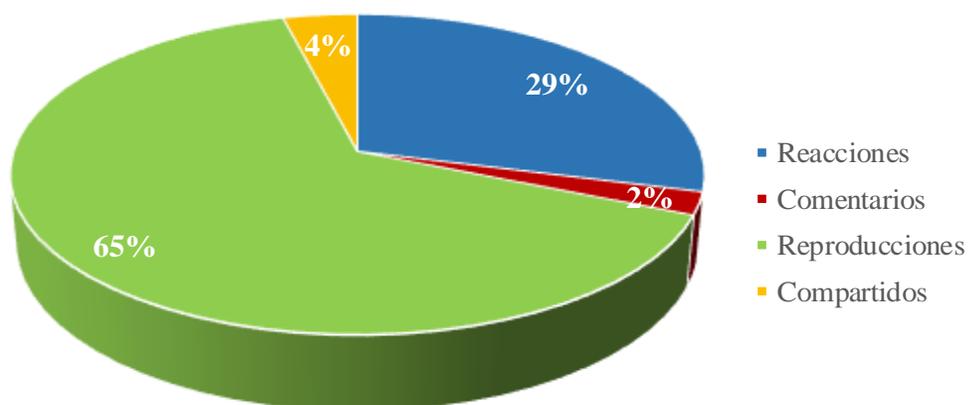
Fuente: Elaboración propia

El 48% de las publicaciones de Instagram están relacionados con la información del Covid-19, el 15% son publicaciones de violencia intrafamiliar, los temas de fechas relevantes, frases motivadoras y el lema de cuentan cada uno con un 11% y el 4% corresponde al tema de consulta médica. Lo que evidencia que la aceptación es debido a que cuentan con más temas de interés para la población.

Gráfica No. 21 – Observación de las redes sociales

Interacciones de las publicaciones de Facebook

Del 15-marzo al 15-mayo 2020



Respuesta	Porcentaje	Cantidad
Reacciones	29%	30721
Comentarios	2%	2417
Reproducciones	65%	68591
Compartidos	4%	4203

Total de publicaciones: 373

Total de Seguidores: 38991

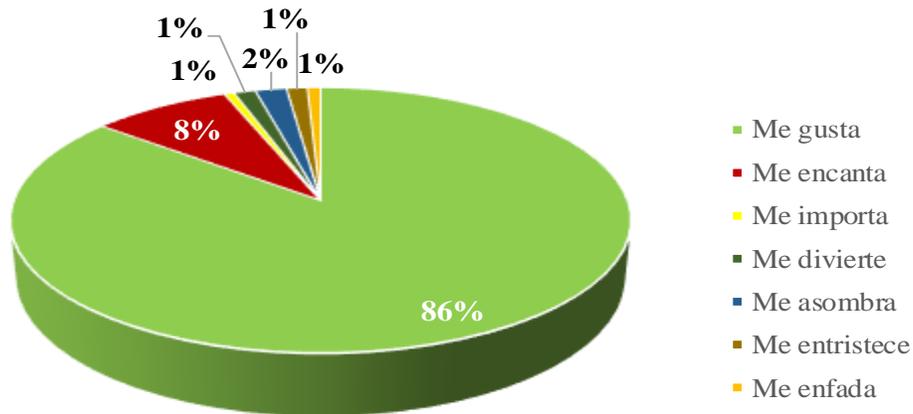
Fuente: Elaboración propia

El 65% de las reacciones en las publicaciones en *Facebook* son reproducciones de videos, el 29% son las diferentes reacciones predeterminadas, el 4% corresponde a las publicaciones compartidas y el 2% son comentarios. Lo que demuestra que Facebook es la red social con más reacciones por parte de la población canaleña, por lo que es una oportunidad para conectar con los habitantes del municipio.

Gráfica No. 22 – Observación de las redes sociales

Reacciones de las publicaciones de Facebook

Del 15-marzo al 15-mayo 2020



Respuesta	Porcentaje	Cantidad
Me gusta	86%	26357
Me encanta	8%	2582
Me importa	1%	184
Me divierte	1%	397
Me asombra	2%	579
Me entristece	1%	383
Me enfada	1%	245

Total de publicaciones: 373
 Total de Seguidores: 38991

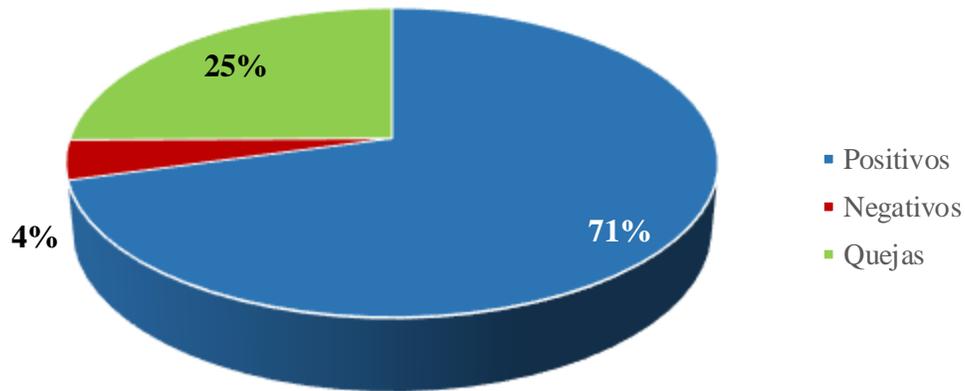
Fuente: Elaboración propia

El 86% corresponde a la reacción me gusta, el 8% para me encanta, el 2% es de me asombre y las reacciones de me importa, me divierte, me entristece y me enfada cuentan con 1% cada una. Lo que evidencia que las publicaciones cuentan con aceptación y reacciones positivas. Por lo que se debe fortalecer la conexión con los seguidores.

Gráfica No. 23 – Observación de las redes sociales

Comentarios de las publicaciones de Facebook

Del 15-marzo al 15-mayo 2020



Respuesta	Porcentaje	Cantidad
Positivos	71%	1709
Negativos	4%	100
Quejas	25%	608

Total de publicaciones: 373

Total de Seguidores: 38991

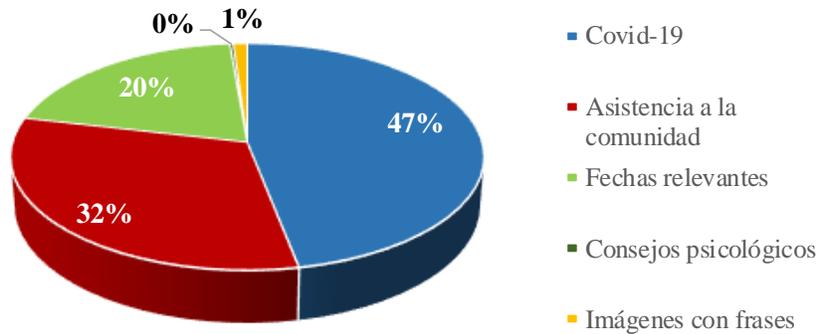
Fuente: Elaboración propia

El 71% de los comentarios son positivos, el 25% son de quejas y el 4% son comentarios negativos. Lo que demuestra que se debe mejorar la comunicación a través de las redes sociales, debido a que tiene un gran nicho de oportunidad para poder conectar con la población del municipio durante la pandemia.

Gráfica No. 24 – Observación de las redes sociales

Temas de las publicaciones de Facebook

Del 15-marzo al 15-mayo 2020



Respuesta	Porcentaje	Cantidad
Covid-19	47%	175
Asistencia a la comunidad	32%	118
Fechas relevantes	20%	75
Consejos psicológicos	0%	1
Imágenes con frases	1%	4

Total de publicaciones: 373

Total de Seguidores: 38991

Fuente: Elaboración propia

El 47% de las publicaciones en Facebook con relacionadas a información del Covid-19, el 32% es información de asistencia comunitaria, el 20% son fechas relevantes y el 1% son frases motivadoras. Lo que evidencia que la plataforma de *Facebook* es una vial que tiene potencial para poder conectar con la población a través de temas de interés, para conectar con la población a través de un valor agregado.

1.20. FODA

El término FODA proviene de las iniciales de Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas, Las fortalezas y debilidades identifican y analizan factores internos positivos y negativos de la empresa. Las oportunidades y amenazas analizan e identifican los factores externos de la empresa, sean positivos o negativos. El análisis FODA se caracteriza por ser sencillo pero efectivo para recopilar y analizar la información necesaria para que la dirección estratégica de la organización tome decisiones.

La Promove Consultoria E Formación SIne afirma que el "análisis DAFO permite a la empresa determinar cuáles son las acciones que se deberían poner en marcha para aprovechar las oportunidades detectadas y así preparar a la empresa contra las amenazas teniendo conciencia de las debilidades y fortalezas" (2012. p. 15).

El esquema del FODA permite presentar un resumen en una tabla los datos evaluados, tomando en cuenta los puntos fuertes y débiles de la organización, tanto a nivel internas como externo.

FORTALEZAS

- Tener un departamento de Comunicación Social, bien estructurado
- Contar con un equipo que desarrolla una comunicación estratégica.
- Contar con Visión, Misión y Valores.
- Contar con grupos de *WhastApp* por departamentos.
- Cuentan con una buena comunicación interna, lo que se refleja en un buen ambiente laboral para su colaboradores.

DEBILIDADES

- Contar con el manual organizacional, pero no todos los empleados lo conocen.
- La administración cambia cada 4 años
- El manual de imagen corporativa todavía está en desarrollo.



OPORTUNIDADES

- Cuenta con páginas oficiales en las diferentes redes sociales.
- Contar con interacción en la página de *Facebook*.
- Comunica las obras a través de las pantallas del edificio municipal.
- Cuenta con organigrama, visión, misión y fotografías de los alcaldes a la vista, en las paredes de la municipalidad.

AMENAZAS

- No alimentan la página *web* oficial.
- Dependen de medios ajenos para generar notas informativas.
- La mayor actividad es en *Facebook*, *Instagram* y *Twitter* no cuentan con mayor tráfico.
- Debido a la pandemia, se han enfocado solo a la información relacionada al Covid-19 y han descuidado otras áreas de desarrollo que había trabajado.

Fuente: Elaboración propia

1.21. Problemas detectados

Los canales de comunicación virtual de la Municipalidad de Villa Canales fueron analizados en un periodo de dos (2) meses, del 15 de marzo al 15 de mayo. Periodo inicial del Covid-19 y los problemas detectados fueron que la página *Web* no está siendo alimentada, tienen una sección de noticias, en la cual al ingresar solamente se encuentran algunas publicaciones, que contienen contenido proveniente de las redes sociales.

En redes sociales cuentan con perfiles en *Twitter*, que se identifica por ser formal e informativo, pero en el periodo analizado únicamente se cuenta con cuatro (4) publicaciones, las cuales tienen poca interacción de los seguidores. El perfil de *Instagram* cuenta con veintisiete (27) *post*, los cuales tienen una interacción media-baja. Por último, se tiene la página de *Facebook* que es la más activa con 373 publicaciones con una interacción media, por parte de los seguidores.

El contenido de las publicaciones se puede dividir en información relacionada a la crisis del Covid-19, videos e imágenes de la ayuda proporcionada a la población, información sobre otras alertas como violencia familiar y frases motivacionales, Dejando en pausa las demás actividades que se desarrollaban en beneficio de la población.

1.22. Planteamiento del problema comunicacional

Debido a la crisis por el Coronavirus la comunicación externa por medios de los canales virtuales se ha enfocado en brindar información respecto a la pandemia, pero se han descuidado otros aspectos como el acercamiento a la población y el brindar contenido de valor.

La municipalidad cuenta con diversos grupos objetivos, a los cuales únicamente se les han brindado información respecto a la pandemia, dejando por un lado que cada grupo tiene otros intereses, conocer ¿Qué es lo que se está buscando? y ¿Cuáles son sus prioridades? son

aspectos en los cuales se puede apoyar con información, buscando brindar un desarrollo en la población.

Según estudios realizados por Ibope indican que en Guatemala los temas más buscados han sido coronavirus, virus, *zoom* video, empresa, *blackboard*, compañía y *software*. Lo cual indica que hay áreas que se han descuido y necesitan ser atendidas.

1.23. Indicadores de éxito

La implementación de la estrategia de comunicación virtual y las actividades establecidas para el cumplimiento del plan de comunicación cuentan con el apoyo de:

- La Municipalidad de Villa Canales para la realización de las actividades operativas.
- Disposición de los colaboradores del departamento de Comunicación Social.
- Disponibilidad de espacios en las plataformas digitales de la Municipalidad.

1.24. Proyecto a desarrollar

Estrategia de comunicación virtual para el fortalecimiento de la imagen institucional de la Municipalidad de Villa Canales.

Capítulo II

Plan de comunicación

2. Plan estratégico de comunicación

El plan es el poder diseñar soluciones anticipadas para una toma de decisiones, destinada a reducir incertidumbre. es una herramienta compleja y necesaria para las organizaciones. Dess y Lumpkin (como lo cita Altair, 2005) “entendemos por Plan Estratégico el conjunto de análisis, decisiones y acciones que una organización lleva a cabo para crear y mantener ventajas comparativas sostenibles a lo largo del tiempo”.

El plan es la tarjeta de presentación cuando se pretende establecer relaciones con accionistas, entidades financieras, trabajadores, clientes, proveedores, etc. Debido a que en él se sintetiza la organización a nivel estratégico, organización y económico-financiero. Por ello para su elaboración se plantean diversas dudas acerca de la compañía, de la forma en que se están haciendo las cosas y como se realiza la estrategia.

¿Por qué realizar un Plan Estratégico?

El Plan Estratégico, realizado de una forma sistemática, proporciona ventajas notables para cualquier organización empresarial:

- a. Obliga a la Dirección de la empresa a pensar, de forma sistemática, en el futuro.
- b. Identifica los cambios y desarrollos que se pueden esperar.
- c. Aumenta la predisposición y preparación de la empresa para el cambio.
- d. Mejora la coordinación de actividades.
- e. Minimiza las respuestas no racionales a los eventos inesperados (anticipación).
- f. Reduce los conflictos sobre el destino y los objetivos de la empresa.
- g. Mejora la comunicación
- h. Los recursos disponibles se pueden ajustar mejor a las oportunidades.
- i. El plan proporciona un marco general útil para la revisión continuada de las actividades.

- j. Un enfoque sistemático de la formación de estrategias conduce a niveles más altos de rentabilidad sobre la inversión (creación de valor). (Altair. 2005. p. 16).

Dentro del plan de comunión, se pueden identificar diferentes tipos dependiendo hacia donde se dirige:

Plan de comunicación externa, tiene como meta la comunicación con el grupo objetivo para la obtención de clientes y generar una buena imagen institucional. El plan de comunicación interna trata la comunicación entre los colaboradores de la organización y favorece el traspaso de información y conocimiento en los diferentes departamentos de la compañía.

También se consideran otros tipos de canales en los que se deben llevar una estrategia. Entre estos canales se encuentra el plan de comunicación *online*, que son las acciones que se realizan a través de canales digitales como sitios *web*, *blogs* corporativos, redes sociales, correo electrónico y publicidad digital.

El plan de comunicación *offline*, son acciones realizada en medios tradicionales, entre los que están la cartelería, las tarjetas de visita, el teléfono, etc.

2.1. Descripción de la técnica de la estrategia del proyecto

La estrategia es la directriz en la que se trabaja para obtener los objetivos trazados, es la base en que se desarrollará el plan de comunicación.

Ossorio afirma que la estrategia "es un estilo y un método de pensamiento referido a la acción, de carácter consciente, adaptativo y condicional. (...) Se caracteriza por la reflexión y ponderación de las fuerzas puestas en juego en un escenario determinado, el cálculo y la previsión del comportamiento del otro frente al propio." (2003. p. 24)

La estrategia es una condición integradora, adaptabilidad, intencional, direccional de las acciones, de carácter consciente, diseña y emplea las fuerzas propias, calcula las fuerzas contrarias, previene las respuestas frente a situaciones contingentes y multidimensional.

La formulación de la estrategia en una organización se puede desarrollar en diferentes niveles: estrategia corporativa que se dedica a la cartera de negocios. Se centra en la competencia y la gestión de la cartera para crear sinergia en los negocios. La estrategia competitiva, su base es el desarrollo de la ventaja competitiva, que busca la diferenciación y el liderazgo, así sea especializándose en un reducido segmento en concreto para conseguir un alcance más amplio.

Estrategia operativa, que analiza las diferentes operaciones de la empresa como la producción, *marketing*, recursos humanos, investigación, desarrollo, etc. para entender el desempeño de cada función. Para lo cual se apoya en el análisis de la cadena de valor, que es una herramienta para identificar aquellas actividades de la empresa que generen una ventaja competitiva.

2.2. Objetivos de la estrategia

2.2.1. Objetivo general

- Fomentar la imagen institucional a través de la comunicación virtual, creando una conexión emocional con su audiencia a través de contenidos interesantes que le aporten valor.

2.2.2. Objetivos específicos

- Generar notoriedad de la marca de la Municipalidad de Villa Canales.
- Posicionar la imagen de la Municipalidad de Villa Canales como la entidad oficial que vela por el desarrollo de la población del municipio.
- Conectar con el público a través de temas que brindan un valor agregado.

2.3. Misión

Desarrollar contenido de valor para cada plataforma virtual, para que la población

2.4. Visión

Ser el medio oficial de información a través de los diferentes canales de comunicación.

2.5. Elementos comunicacionales

Los elementos comunicacionales que intervienen en el diagnóstico de comunicación son:

a. Organización

La organización o institución es un grupo de personas asociadas que se relacionan mediante una división estructurada en tareas con el fin de cumplir metas y objetivos.

La organización está conformada por personas capaces de comunicarse, dispuestas a contribuir a una acción en conjunto. coexistiendo diversos roles, responsabilidades o cargos que cuentan con normas colectivas que existen sobre una base que se ocupa en actividades que se relacionan a un conjunto con los mismos fines.

b. Comunicación

La comunicación es una actividad diaria y vital, es el acto de relacionarse, conectarse o unirse que tienen los individuos que consiste en un intercambio o transmisión de mensajes. Es decir, información, ideas, significados y contenido, llegando a compartir algo de nosotros mismos.

Puede ser un intercambio verbal o no verbal hacia el entorno representado a través de símbolos, signos y representaciones que busca hacer común un mensaje y la comprensión de sus significados, siendo una experiencia humana y de organización social.

Los elementos de la comunicación son: el proceso, emisor, receptor, conexión, transmisión, intercambio o compartir y las ideas, información o significados comprensibles.

c. Comunicación organizacional

La comunicación organizacional es el intercambio de mensajes entre las personas integrantes de una empresa. Esta comunicación es importante debido a que permite una retroalimentación entre los miembros de las organizaciones, mediante el estudio de los sistemas de comunicación existentes en las organizaciones, para hacer llegar información a los trabajadores dentro de la empresa.

La comunicación estudia aspectos como los medios y las tecnologías dentro de las organizaciones para conocer las características y naturaleza simbólica y política de los procesos organizacionales.

Es un conjunto de actividades y técnicas que permite desarrollar metodologías, creando estrategias que agilizan y facilitan los mensajes entre las organizaciones y los colaboradores.

d. Comunicación interna

La comunicación interna es la que se desarrolla con los trabajadores, Dentro de la comunicación organizacional se divide en;

Formal, que es la comunicación que se relaciona con aspectos institucionales, su velocidad es lenta debido a las formalidades que debe cumplir. Generalmente se emplea en comunicados y memorándum,

Informal, que es la comunicación que utiliza medios no oficiales, es más rápida que a formal y se aplica en reuniones entre compañeros, en los pasillos, etc.

Vertical, es la comunicación que se genera de las áreas directivas hacia las áreas operativas por medio de canales oficiales,

Horizontal, es la comunicación que se conoce como la comunicación plana y se aplica en los integrantes de un mismo nivel jerárquico, muy pocas veces se utilizan los medios oficiales y es informal.

Rumores, que se trata de una comunicación informal que no respeta canales. Es veloz y construyen versiones o diferentes interpretaciones de la realidad basada en información incompleta.

e. Comunicación externa

La comunicación externa es la comunicación corporativa encargada de la imagen que la empresa ofrece hacia su mercado en la sociedad. Tiene como objetivo alcanzar los niveles de rentabilidad previstos, alcanzando los resultados empresariales establecidos. La comunicación externa se relaciona con los departamentos de *marketing* y comercial.

f. Imagen corporativa

La imagen corporativa también definida como imagen global, imagen integral, imagen de marca de empresa, imagen institucional, etc.

La imagen corporativa es la representación visual de los elementos de comunicación de una empresa, institucional, organización o marca. Son el conjunto de piezas desarrolladas que identifican a la marca, creando valor para la empresa como un activo intangible.

Su importancia se fundamenta en que actualmente no se trata de solo comunicar, se debe existir y a través de la imagen corporativa, la marca existe para su grupo objetivo. Es decir, ocupará un espacio en la mente de las personas.

Todas las empresas comunican algo en mayor o menor grado, de forma consciente o inconsciente. Cuanto más consiente sea la comunicación de la empresa, tendrá un mayor margen de efectividad.

g. Comunicación móvil

La comunicación móvil ha tomado gran impacto debido al auge que ha tendido la telefonía móvil, que desde el 2016 ya no se consideran simples teléfonos, sino dispositivos inteligentes, ordenadores, herramientas de uso diario.

Los móviles como celulares, tabletas, relojes inteligentes, etc. brindan gran accesibilidad a la información desde cualquier lugar, cambiando las formas tradicionales de conectar con el público objetivo de las empresas. Gracias a los dispositivos móviles se han creado diversas aplicaciones y redes sociales que han revolucionado el campo de la comunicación.

h. Redes sociales

Las redes sociales han sido estudiadas desde el siglo XVIII por diversos autores como Durkheim, Ferdinand Tonnies, Simmel, Jacob L. Moreno, Bronislaw Parsons, Peter Blau y más recientemente por Barry Wellman y Mark Granovetter.

En los últimos años las redes sociales se han extendido a través de las plataformas virtuales que han potencializado el uso de la tecnología, fomentando y acelerando la comunicación entre empresas y hacia con los clientes.

Actualmente las formas de socialización y participación se han transformado en la vida personal y social, ampliando las posibilidades de los sentidos. Por lo que las marcas han comenzado en enfocarse en el estudio y comprensión de las relaciones a través de las redes sociales electrónicas, para poder llegar a su grupo objetivo.

i. Facebook

Facebook es una plataforma digital, que forma parte de las principales redes sociales para las empresas. La presencia en *Facebook* ayuda a generar visibilidad de la marca, brindando beneficios cuantitativos y cualitativos, por medio de la información que se publica en el muro.

Las ventajas que brinda tener un perfil *Facebook* es el *branding*, que traslada la imagen de la marca frente a su público objetivo mejorando la percepción que se tiene ante sus clientes. La publicidad es otra parte importante herramienta que brinda las redes sociales, debido a que cuenta con diversos formatos adaptable a los negocios.

La *FanPage* brinda estadísticas que permite controlar, gestionar y aprovechar los datos brindados a través del tráfico que se genera, aumentando el número de seguidores e interacciones para crear nuevos clientes a través de las publicaciones, convirtiéndose en un gran canal de comunicación de manera directa y efectiva por el cual se traslada las novedades que genera la empresa.

2.6 Alcances y límites de la estrategia

La estrategia se realizará a través de las redes sociales de la Municipalidad de Villa Canales por lo que tendrá un alcance del 40% de la población, según el censo realizado por el INE en el año 2018, que son las personas con acceso a *internet* y por consiguiente a redes sociales, principalmente *Facebook*.

La limitante es el acceso a medios digitales, debido a que más del 50% no podrá ser partícipe de la información que se compartirá.

2.7. Metodología para la aplicación de la estrategia comunicacional

La metodología es el procedimiento que se basa en principios lógicos y racionales, que son utilizados para alcanzar objetivos determinados en una investigación o plan. También se conoce como la elección del método adecuado aplicable a un objetivo por medio de tareas que requieren de habilidades, destrezas, conocimientos o cuidados específicos.

En el plan de comunicación se desarrollará una metodología *online* o digital, por medio de la elaboración de diferentes piezas graficas digitales como elementos comunicacionales, basados en temas de interés como la tecnología y educación, productividad y consejos relacionados con la cuarentena, datos curiosos, historia y lugares del municipio.

Los productos comunicaciones se publicarán principalmente en la plataforma de *Facebook* de la municipalidad de Villa Canales, con el objetivo de promover el desarrollo de la población y fortalecer la imagen institucional a través de sus redes sociales.

2.8. Actividades para la Operatividad de la Estrategia

Las actividades operativas de la estrategia son las acciones a desarrollar para lograr conectar con los habitantes del municipio de Villa Canales por medio de los canales digitales, como *Facebook*.

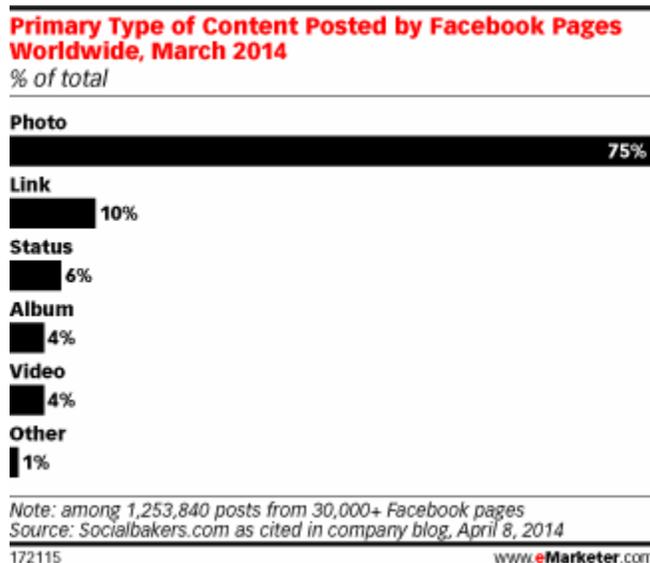
2.8.1. Imágenes con información

Las imágenes han logrado tener una gran importancia en las redes sociales, porque para el cerebro es más fácil retener la información visual.

Las imágenes ayudan a crear publicaciones interesantes y cercanas a la comunidad en las redes sociales, logran un *plus*, debido a que se "retiene el 80% de lo que se ve y sólo el 20% de lo que se lee o el 10% de lo que se escucha" (Arenzana. 2015)

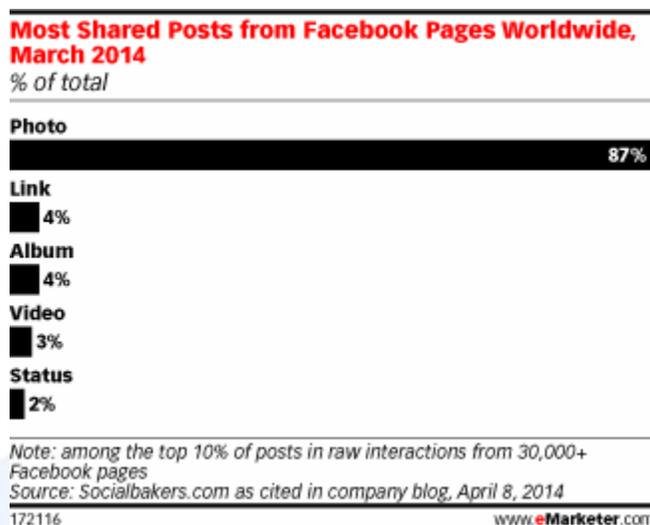
Neipatel (como lo cita Arenzana 2015) “las fotos obtienen un 53% más de Me gusta, un 104% más de comentarios y un 84% más de clics. Vea la infografía Cómo obtener más Me gusta en Facebook”.

El 75% de las publicaciones en Facebook contienen una imagen.



Fuente: eMarketer.com 2014

Y las publicaciones en Facebook con una imagen consiguen un sorprendente 87% de interacción-



Fuente: eMarketer.com 2014

2.8.2. Infografías

Las infografías son un procedimiento informativo de forma gráfica, según el diccionario de Inglés de *Oxford*, indica que es "la representación visual de información y datos".

Las infografías son elementos visuales combinados con texto (minimalista) que permiten ser sintéticos, explicativos y de fácil entendimiento, que proporciona la transmisión de información de manera sencilla. Según el tipo de información que se transmite a través de las infografías, se dividen en gráficos, mapas, tablas y diagramas.

Las infografías proporcionan el espacio para poder compartir información relevante a los grupos objetivos, debido a que pueden tratar temas de educación, emprendimiento, hogar, curiosidades entre otros. Posicionando la imagen de la Municipalidad de Villa Canales como una entidad comprometida con el desarrollo de sus habitantes. Realizando los canales digitales de la municipalidad como un medio de información veraz.

2.8.3. Animaciones

La animación es un proceso o técnica que permite la sensación de movimiento a diferentes objetos y elementos como las imágenes, dibujos, fotografías, figuras, recortes, imágenes computarizadas. En el mundo digital se refiere a lo que se conoce como dibujos animados, este proceso se da por medio de secuencias ordenadas consecutivamente, que permite en el ojo humano el fenómeno de movimiento.

La animación tiene sus orígenes en el latín "anima" que significa Alma, por lo que es más que un proceso, es dar alma a un personaje para representar la vida, y hacer parecer que piensa y actúa por sí mismo. Por lo que animar es dar alma a los personajes por medio de la interpretación y la observación de las personas de un determinado lugar, lo que permite credibilidad en las acciones.

Hay diferentes técnicas de animaciones, entre las que se encuentran la de dibujos animados, animación en volumen o *stop motion*, animación de recortes o *cut-out*, *plastimación* o *claymation*, *pixilación*, *go motion*, *rotoscopia*, animación por computadora y *time lapse*.

Las animaciones son materiales audiovisuales que ayudan a conectar con el público, debido a que muestran acciones, actitudes y emociones del grupo analizado.

2.8.4. Ilustraciones

Las ilustraciones o dibujos son una herramienta utilizada para potencializar los mensajes, aportando valor al público. Permiten la creación de materiales promocionales, publicidad o creación de marca (*branding*), brindando originalidad y contenido único.

Hay diferentes técnicas de Ilustración tradicional como el dibujo, tinta, rotuladores, lápices de color, pastel, acuarela. La Ilustración digital cuenta con las técnicas conceptual, narrativa, decorativa, Ilustración digital del cine y la Ilustración infantil. Los diferentes campos de la ilustración digital son: infantil, fantástica, para cine, para videojuegos, *comic*, de portada, *Concep Art*, publicitaria y de moda.

Las diferentes ilustraciones digitales permiten crear elementos visuales que permite generar notoriedad de la marca a través de contar historias, enseñar el funcionamiento de algo o el brindar consejos útiles para el público objetivo, por medio de un estilo propio.

2.8.5. Guía de contenido y programación de post

La guía de contenidos permite cuidar el orden, secuencia y coherencia de la comunicación en redes sociales, es parte de un análisis sobre el estado actual de las plataformas sociales y las interacciones por parte de sus seguidores, su propósito es cuidar de las personas. “Una estrategia de contenidos es mucho más que un proceso que busca informar qué hace o hará una empresa.” (Geraldo, 2020)

Una estrategia bien planteada es capaz de aumentar la cantidad de seguidores y de personas que realmente se interesan por el contenido de la página, para llevar a cabo este proceso es necesario identificar cuáles son los valores y objetivos de la institución. A través del *marketing* de contenidos se construye reputación y se genera una imagen positiva gracias a la transmisión de contenido valioso, útil e interesante.

“Está de más decir que todo este esfuerzo está basado en que el contenido que vas a distribuir tiene que ser relevante.” (Germán Milich, 2019)

Parte fundamental de una estrategia es la planificación, para que el contenido generado sea realmente pertinente debe hacerse público en el momento apropiado, así se asegura una continua interacción de la institución hacia las personas y se construye o afirma una reputación.

2.9. Cronograma

No.	Actividad	MESES																													
		Meses					Agosto					Septiembre					Octubre					Noviembre					Diciembre				
		S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S5	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S5								
1	Selección de temas para contenido en Facebook																														
2	Elaboración de guía de contenido																														
3	Elaboración de bocetos																														
4	Elaboración de diseños; imágenes, ilustraciones e infografías																														
5	Publicación: imágenes, ilustraciones e infografías																														

2.10. Financiamiento

Financiamiento	Descripcion	Costo
Epesista/Municipalidad de Villa Canales	Infografías	Q300.00
Epesista/Municipalidad de Villa Canales	Animaciones	Q0.00
Epesista/Municipalidad de Villa Canales	Ilustraciones	Q600.00
Epesista/Municipalidad de Villa Canales	Imágenes	Q1,250.00
Epesista	Asesor de contenido	Q1,000.00
TOTAL		Q3,150.00

2.11. Presupuesto

Cantidad	Descripción	Costo Unitario	Costo Total
6	Infografías	Q50.00	Q300.00
0	Animaciones	Q75.00	Q0.00
8	Ilustraciones	Q75.00	Q600.00
25	Imágenes	Q50.00	Q1,250.00
1	Asesor de contenido	Q1,000.00	Q1,000.00
TOTAL			Q3,150.00

2.12. Beneficiarios

Los beneficiarios será la población, conformada por hombres y mujeres estudiantes y trabajadores de 20 a 33 años, debido a que se compartirá diversa información por medio de *Facebook*, que les ayudará a obtener conocimiento y puedan poner en práctica en la crisis.

2.13. Recursos humanos

Para la ejecución se deberá contar con el siguiente recurso humano.

Recursos Humanos		
Cantidad	Cargo	Actividad a Realizar
1	Diseñador gráfico	Elaboración de diseños
1	Asesor de contenido	Asignar temas
1	Fotógrafo	Toma de fotografías
1	Lcdo. Edwin Ramirez Coordinador de Comunicación Social	Revisión y aprobación del material gráfico
1	Colaborador de Comunicación Social	Publicación del material gráfico
1	Dr. José María Torres ECC - USAC	Coordinador EPS
1	M.A. Evelin Morazán ECC - USAC	Supervisora EPS
1	M.A. Marvin Sarmientos ECC - USAC	Supervisor y asesor EPS

2.14. Áreas geográficas de acción

El área de acción será el municipio de Villa Canales, debido a que se llegara a la población a través de sus canales de comunicación virtual, es decir, la página oficial de *Facebook*.

2.15. Cuadro comparativo de la estrategia

Actividad o Producto Comunicacional	Objetivos Específicos	Presupuesto	Recursos Humanos	Área Geográfica de Impacto	Beneficiarios	Fecha de Ejecución
Infografías (Ver. Pág. 109)	Posicionar la imagen de la Municipalidad de Villa Canales como la entidad oficial que vela por el desarrollo de la población del municipio.	Q300.00	Diseñador, coordinador y colaborador de Comunicación Social	Municipio de Villa Canales	Población, conformada por hombres y mujeres estudiantes y trabajadores de 20 a 33 años, debido a que se compartirá diversa información por medio de Facebook, que les ayudará a obtener conocimiento y puedan poner en práctica en la crisis.	Septiembre, octubre, noviembre y diciembre
Animaciones (Ver. Pág. 109)	Generar notoriedad de la marca de la Municipalidad de Villa Canales.	Q0.00	Diseñador, coordinador y colaborador de Comunicación Social			No se realizará
Ilustraciones (Ver. Pág. 109)	Conectar con el público a través de temas que brindan un valor agregado.	Q600.00	Diseñador, coordinador y colaborador de Comunicación Social			Septiembre, octubre, noviembre y diciembre
Imágenes	Conectar con el público a través de temas que brindan un valor agregado.	Q1,250.00	Diseñador, fotógrafo, coordinador y colaborador de Comunicación Social			Septiembre, octubre, noviembre y diciembre
Guía de contenido y programación de post	Generar notoriedad de la marca de la Municipalidad de Villa Canales.	Q1,000.00	Asesor de contenido y coordinador de Comunicación Social			Agosto

Capítulo III

Informe De Ejecución

3.1. Imágenes con información

3.1.1. Objetivo de la actividad

Conectar con el público a través de temas que brindan un valor agregado.

3.1.2. Público objetivo

La acción está enfocada a la población del municipio de Villa Canales, conformada entre los 20 a 33 años, hombres y mujeres estudiantes y trabajadores, con niveles socioeconómicos de medio a alto, debido a que son los habitantes que mantienen *internet* para poder consumir contenido en redes sociales.

3.1.3. Medio utilizado

El medio que se utilizará es virtual, debido a que se publicara en la página de *Facebook* de la Municipalidad de Villa Canales.

3.1.4. Área geográfica de impacto

El área de acción será el municipio de Villa Canales, debido a que llegará a la población a través de sus canales de comunicación virtual.

3.1.5. Presupuesto invertido en la acción

El presupuesto utilizado en la ejecución el siguiente:

Cantidad	Descripción	Costo Unitario	Costo Total
25	Imágenes (Ver. Pág. 115)	Q50.00	Q1,250.00

3.2. Infografías

3.2.1. Objetivo de la actividad

Posicionar la imagen de la Municipalidad de Villa Canales como la entidad oficial que vela por el desarrollo de la población del municipio.

3.2.2. Público objetivo

La acción está enfocada a la población del municipio de Villa Canales, conformada entre los 20 a 33 años, hombres y mujeres estudiantes y trabajadores, con niveles socioeconómicos de medio a alto, debido a que son los habitantes que mantienen *internet* para poder consumir contenido en redes sociales.

3.2.3. Medio utilizado

El medio que se utilizará es virtual, debido a que se publicara en la página de *Facebook* de la Municipalidad de Villa Canales.

3.2.4. Área geográfica de impacto

El área de acción será el municipio de Villa Canales, debido a que llegará a la población a través de sus canales de comunicación virtual.

3.2.5. Presupuesto invertido en la acción

El presupuesto utilizado en la ejecución el siguiente:

Cantidad	Descripción	Costo Unitario	Costo Total
6	Infografías (Ver. Pág. 117)	Q50.00	Q300.00

3.3. Ilustraciones

3.3.1. Objetivo de la actividad

Conectar con el público a través de temas que brindan un valor agregado.

3.3.2. Público objetivo

La acción está enfocada a la población del municipio de Villa Canales, conformada entre los 20 a 33 años, hombres y mujeres estudiantes y trabajadores, con niveles socioeconómicos de medio a alto, debido a que son los habitantes que mantienen *internet* para poder consumir contenido en redes sociales.

3.3.3. Medio utilizado

El medio que se utilizará es virtual, debido a que se publicara en la página de *Facebook* de la Municipalidad de Villa Canales.

3.3.4. Área geográfica de impacto

El área de acción será el municipio de Villa Canales, debido a que llegará a la población a través de sus canales de comunicación virtual.

3.3.5. Presupuesto invertido en la acción

El presupuesto utilizado en la ejecución el siguiente:

Cantidad	Descripción	Costo Unitario	Costo Total
8	Ilustraciones (Ver. Pág. 116)	Q75.00	Q600.00

3.4. Guía de contenido y programación de post

3.4.1. Objetivo de la actividad

Generar notoriedad de la marca de la Municipalidad de Villa Canales.

3.4.2. Público objetivo

La acción está enfocada a la población del municipio de Villa Canales, conformada entre los 20 a 33 años, hombres y mujeres estudiantes y trabajadores, con niveles socioeconómicos de medio a alto, debido a que son los habitantes que mantienen *internet* para poder consumir contenido en redes sociales.

3.4.3. Medio utilizado

El medio que se utilizará es virtual, debido a que se publicara en la página de *Facebook* de la Municipalidad de Villa Canales.

3.4.4. Área geográfica de impacto

El área de acción será el municipio de Villa Canales, debido a que llegará a la población a través de sus canales de comunicación virtual.

3.4.5. Presupuesto invertido en la acción

El presupuesto utilizado en la ejecución el siguiente:

Cantidad	Descripción	Costo Unitario	Costo Total
1	Asesor de contenido (Ver. Pág. 99)	Q1,000.00	Q1,000.00

4. Conclusiones

Con base en la información obtenido en el proyecto se concluye que:

- a. La página de *Facebook* de la municipalidad de Villa Canales es una plataforma de apoyo para la comunicación externa, para que la municipalidad pueda llegar a la población canaleña.
- b. La *FanPage* es una herramienta que debe ser funcional y operativa para generar notoriedad de la Municipalidad de Villa Canales como marca y que puede aportar múltiples ventajas como medio de divulgación.
- c. La plataforma de Facebook es un medio de información que cumple con el propósito de informar a la población, pero también es un medio por el cual se puede brindar apoyo en diferentes áreas de la población canaleña.
- d. Las nuevas tecnologías de información y comunicación (TIC's) brindan un valor agregado para la comunicación tradicional y vienen a innovar las formas existentes de llegar a la población, con la cual la municipalidad puede conectar con la población a través de diferentes temas de interés.

5. Recomendaciones

Teniendo en cuenta las conclusiones y para aprovechar los recursos de comunicación a través del internet por medio de las redes sociales. se le recomienda a la Municipalidad de Villa Canales

- a. Para que la página de *Facebook* pueda desarrollar como una adecuada herramienta de comunicación hay que evaluar su contenido y diseño, sin descuidar la retroalimentación de la información que ya se publica.
- b. Continuar con la promoción, desarrollo y tecnificación de la página de *Facebook* como un medio de divulgación que permite generar una interrelación más directa con la población.
- c. Permanecer con el soporte y la importancia que tiene la página de *Facebook* de la comuna de Villa Canales, debido a que constituye un puente de comunicación bidireccional entre ciudadanía y gobierno local.
- d. Buscar interacción con la ciudadanía generando variedad de contenido, para que puedan involucrarse en temas de interés para su comunidad.

Referencias

a. Libros

Castro, B. 2007. El auge de la comunicación corporativa. Sevilla, España. Creative Commons.

Bermúdez, C. La comunicación interna en las organizaciones. Madrid, España. Icade Business School.

Favaro, D. Planificación de la comunicación en grupos y organizaciones. Buenos Aires, Argentina. Creas.

Promove Consultoria E Formación SIne. 2012. Cuadernos prácticos de gestión "Cómo elaborar el análisis DAFO". Galicia, España. CEEI Galicia, S.A.

Prieto, D. 1985. Diagnóstico de comunicación: mensajes, instituciones, comunidades. Quito, Ecuador. Editoriales Belén.

Hernández Sampieri, R. 2014. Metodología de la Investigación, sexta edición. México D.F. McGRAW-HILL / Interamericana Editores, S.A. De C.V.

Magro, C., Salvatella, J., Álvarez, M., Herrero, O., Paredes, A. y Vélez, G. 2014. Cultura digital y transformación de las organizaciones, 8 competencias digitales para el éxito profesional. Barcelona, España. RocaSalvatella.

Morán, G. y Alvarado, D. 2010. Métodos de Investigación. Naucalpan de Juárez, Estado de México. Pearson Educación de México, S.A. de C.V.

Ossorio, A. 2003. Planeamiento estratégico. Dirección Nacional del Instituto Nacional de la Administración Pública.

Paoli, A. 1983. Comunicación e Información, perspectivas teóricas. México. Editorial Trillas S.A. de C.V.

Estudio de Comunicación. 2017. #Comunicacion. Soluciones para un mundo digital. Madrid, España. Impresióna2

Sandoval Almazán, R. 2011. Redes Sociales en las organizaciones. México. Bonobos Editores S. de R.L. de C.V.

Grasso, L. 2006. Encuestas, Elementos para su diseño y análisis. Córdoba - Argentina. Encuentro Grupo Editor y Editorial Brujas.

Rodas, I. 2007. Estadística, sexta edición. Guatemala, Zantmaró Ediciones, S.A.

b. Revistas

Sánchez, L. y Campos, M. (Enero 2009). La teoría de la comunicación: diversidad teórica y fundamentación epistemológica. Diálogos de la Comunicación. No. 78.

c. Tesis

Velásquez, S. (2012). Diagnóstico del Funcionamiento del Departamento de Relaciones Públicas de la Municipalidad de Villa Canales. Escuela de Ciencias de la Comunicación. Universidad de San Carlos de Guatemala.

Aguilar, L. (2014). Diagnóstico de Comunicación Interna en Municipalidad de Villa Canales. Escuela de Ciencias de la Comunicación. Universidad de San Carlos de Guatemala.

Sotoj, S. (2014). Publicidad y Relaciones Públicas para el Mejoramiento de la Imagen Institucional de la Municipalidad de Villa Canales, Municipio del Departamento de Guatemala. Facultad de Ciencias Económicas. Universidad de San Carlos de Guatemala.

Pineda, N. (2015). Estrategia de Comunicación Interna con el Personal Administrativo de la Municipalidad de Villa Canales para el Fortalecimiento de la Imagen Institucional. Escuela de Ciencias de la Comunicación. Universidad de San Carlos de Guatemala.

d. Manuales

Municipalidad de Villa Canales. (2017). Manual de Organización y Funciones Nivel Superior, Tomo 1.

Municipalidad de Villa Canales. (2017). Manual de Organización y Funciones Dirección Administrativa, Tomo 2.

Municipalidad de Villa Canales. (2017). Manual de Organización y Funciones Dirección de Administración Financiera Integrada Municipal –DAFIM, Tomo 3.

Municipalidad de Villa Canales. (2017). Manual de Organización y Funciones Dirección Municipal de Planificación, Tomo 4.

Municipalidad de Villa Canales. (2017). Manual de Organización y Funciones Dirección de Obras, Tomo 5.

Municipalidad de Villa Canales. (2017). Manual de Organización y Funciones Dirección de Servicios Públicos, Tomo 6.

Municipalidad de Villa Canales. (2017). Manual de Organización y Funciones Dirección Municipal de la Mujer, Tomo 7.

Municipalidad de Villa Canales. (2017). Manual de Organización y Funciones Dirección de Desarrollo Social y Económico, Tomo 8.

Municipalidad de Villa Canales. (2017). Manual de Organización y Funciones Dirección Policía Municipal de Transito, Tomo 9.

Gómez, S. 2012. Metodología de la investigación. Red Tercer Milenio S.C. Tlalnepantla, Estado de México.

e. Diccionarios

Diccionario Léxico. 2020. Recuperado de: <https://www.lexico.com/definition/infographic>

Real Academia Española. 2020. Recuperado de: <https://www.rae.es/>

EcuRed. 2020. Recuperado de: <https://www.ecured.cu/Metodolog%C3%ADa>

f. E-grafías

Barifouse, R. 2020. Coronavirus: por qué la gripe A-H1N1 no paró la economía mundial como lo está haciendo la pandemia de covid-19, BBC. Recuperado de: <https://www.bbc.com/mundo/noticias-52115504>

Velásquez, M. 2020. El coronavirus trae recuerdos del H1N1, la pandemia que paralizó a México y EE.UU. CNN Español. Recuperado de: <https://cnnespanol.cnn.com/2020/01/31/h1n1-la-pandemia-que-paralizo-a-mexico-y-ee-uu-como-lo-hace-ahora-coronavirus-con-china/>

Altair, 2005. La Elaboración del Plan Estratégico. Eco3 Colecciones. Recuperado de: <http://hsjd.org/seminariogestion2013/docs/01-Dia4-PrimerModeloPlanificacion.pdf>

Montiel, S. 2017. Cómo elaborar un plan de comunicación paso a paso. Deusto Formación. Recuperado de: <https://www.deustoformacion.com/blog/marketing-digital/elaborar-plan-comunicacion-paso-paso>

Manuales Prácticos de la Pyme, Como elaborar el plan de comunicación. Xunta de Galicia. Recuperado de: <https://www.negociosyemprendimiento.org/2011/01/21-manuales-practicos-de-administracion.html>

Marín, C. 2017. Digitalización y RRSS. Confederación de Empresarios de Andalucía. Recuperado de: <https://masempresas.cea.es/blog/10-ventajas-de-facebook-para-las-empresas/>

Quero, J. 2018. ¿Cómo elaborar tu plan de comunicación? Raiola Networks. Recuperado de: <https://raiolanetworks.es/blog/plan-de-comunicacion/>

Nuño, P. 2017. ¿Cómo hacer un plan de comunicación? Emprende pume.net. Recuperado de: <https://www.emprendepyme.net/como-hacer-un-plan-de-comunicacion.html>

Nediger, M. 2020. ¿Qué es una Infografía? 20 Ejemplos, Plantillas y Consejos para Diseñar Infografías. Recuperado de: <https://es.venngage.com/blog/que-es-una-infografia/>

Ofifacil. 2019. Que es una infografia, como se hacen, como se diseña una infografía. Recuperado de: <http://www.ofifacil.com/ofifacil-infografias-que-es-definicion-como-se-hacen.php>

Figuro, M. 2016. Análisis e interpretación de los datos. SaberMetodología. Recuperado de: <https://sabermetodologia.wordpress.com/2016/03/06/analisis-interpretacion-datos/>

Cortés, J. 2020. ¿Qué es la Animación? | Tipos y Técnicas, Todo lo que necesitas saber sobre Animación 2d & 3d. Notadoanimacion.es. Recuperado de: <https://www.notodoanimacion.es/que-es-la-animacion-tipos-y-tecnicas/>

Pixel-creativo. 2015. ¿Qué es Animación? Recuperado de: <http://pixel-creativo.blogspot.com/2012/09/que-es-animacion.html>

ESDESIGN - Escuela Superior de Diseño de Barcelona. 2019. ¿Qué es la ilustración digital y para qué sirve? Recuperado de: <https://www.esdesignbarcelona.com/int/expertos-diseno/que-es-la-ilustracion-digital-y-para-que-sirve#>

Xcolme. 2019. ¿Qué es la Ilustración digital? Herramientas y técnicas. Recuperado de: <https://xcolme.es/ilustracion-digital/>

Thompson, I. 2011. Definición de Comunicación. Promonegocios.net. Recuperado de: <https://www.promonegocios.net/comunicacion/definicion-comunicacion.html>

Roldán. P. 2020. Organización. Economipedia. Recuperado de: <https://economipedia.com/definiciones/organizacion.html>

Capriotti, P. 2013. Planificación estratégica de la imagen corporativa, 4ta edición. Málaga, España. Recuperado de: <http://www.bidireccional.net>

Berenson, M. 1996. Estadística básica en administración, conceptos y aplicaciones, Sexta Edición. México. Prentice Hall Hispanoamericana, S.A. Recuperado de: [https://books.google.com.gt/books?id=2N09O8-](https://books.google.com.gt/books?id=2N09O8-Oe0QC&pg=PA22&dq=tipos+de+muestras&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwiQpI-6ucLrAhUDIFkKHbqNA8YQ6AEwAHoECAUQAg#v=onepage&q=tipos%20de%20mues)

[Oe0QC&pg=PA22&dq=tipos+de+muestras&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwiQpI-6ucLrAhUDIFkKHbqNA8YQ6AEwAHoECAUQAg#v=onepage&q=tipos%20de%20muestas&f=false](https://books.google.com.gt/books?id=2N09O8-Oe0QC&pg=PA22&dq=tipos+de+muestras&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwiQpI-6ucLrAhUDIFkKHbqNA8YQ6AEwAHoECAUQAg#v=onepage&q=tipos%20de%20muestas&f=false)

Pickers, S. 2015. ¿Cómo determinar el tamaño de una muestra? Psyma, Passionate people, creative solutions. Recuperado de: <https://www.psyma.com/company/news/message/como-determinar-el-tamano-de-una-muestra>

Arenzana, D. 2015. Imágenes de redes sociales ¿dónde radica su importancia? Semrush. Recuperado de: <https://es.semrush.com/blog/imagenes-de-redes-sociales-importancia/>

eMarketer. 2014. Photos Cluttering Your Facebook Feed? Here's Why. Recuperado de: <https://www.emarketer.com/Article/Photos-Cluttering-Your-Facebook-Feed-Here's-Why/1010777>

Milich, G. 2018. Guía básica para crear un plan estratégico en las redes sociales. Rockcontent. Recuperado de: <https://rockcontent.com/es/blog/estrategia-redes-sociales/>

Gitaldo, V. 2020. Cómo planear, ejecutar y medir una estrategia de contenidos exitosa en un plan de Marketing. Rockcontent. Recuperado de: <https://rockcontent.com/es/blog/estrategia-de-marketing-de-contenidos/>

Soto, L. 2011. Investigación y tipos de investigación. Recuperado de: https://es.slideshare.net/lili369/investigacin-y-tipos-de-investigacin?fbclid=IwAR24iL21K_gizXANJjWHMW_Fl4Hh88lpcpJSoCkcmzNTm_4MozZKcfQ4f2I

Edutopica. 2018. Tipos de investigación. México. Recuperado de: https://www.youtube.com/watch?v=NLz2-GJReV4&fbclid=IwAR0ZLeNDhQBz7E1iaIIxgjhH7nNmodKCJYSkyiYFR_CiujcBXM-Tu6YdfD0

BIOESTADISTICO. 2012. 01. Tipos de investigación | Metodología de la investigación científica. Recuperado de: https://www.youtube.com/watch?v=QXmKN34hbtM&feature=emb_logo&fbclid=IwAR3h3N1H9FxJNa98Pd4WFrPuF-ckH-_zYjR4tjG9r3hiJ8KWO9U_xhi1EPM

Anexos

Entrevista



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



Municipalidad de Villa Canales, departamento de Comunicación Social / Lic. Edwin Ramírez (Realizada el 03 de junio de 2020, vía telefónica)

¿Cómo está conformado el departamento de Comunicación Social de la Municipalidad de Villa Canales?

El departamento está organizado en tres áreas que son: administrativa, que se encarga de la administración de redes sociales, diseño, fotografía. También está el área de campo, quienes se dedican al tema de actividades y protocolo. También el área de acceso a la información que forma parte del departamento de comunicación, el cual da seguimiento a todas las solicitudes que ingresan para darle respuesta en el tiempo prudente según lo establece la ley. Actualmente se cuenta nueve (9) colaboradores para el departamento de comunicación.

¿Cómo manejan/trabajan la comunicación interna?

La comunicación interna en los últimos años ha variado mucho, en el cual se apega a ciertos reglamentos internos para dar información a los jefes, a los demás compañeros de ciertas cosas que estén sucediendo. Pero, gracias a la tecnología que vino a ayudar, hoy se tienen grupos de *WhatsApp* con los jefes, y cada jefe con los de su área.

En el departamento de comunicación social se está utilizando *Trello*, en el cual se calendariza todas las actividades que tenemos, es un asistente de organización empresarial, pero que lo hemos adaptado para nuestros requerimientos.

¿Cómo ha afectado la pandemia del Covid-19?

La coordinación de las disposiciones es por medio primeramente del señor Alcalde que tiene sus reuniones con el consejo, en las cuales llegan a ciertas resoluciones, y al llegar a ellas las hacen llegar al departamento de Recursos Humanos y ellos nos lo hacen llegar por el grupo de *WhatsApp* de directores y nosotros las trasladamos a nuestros compañeros de área.

¿Cómo se han organizados con los colaboradores?

Se ha modificado varias veces el horario, pero no hemos parado. Se ha acoplado a las disposiciones del Presidente. Solo se ha cerrado los primeros dos días, que fueron más fuertes y de ahí para nada se ha cerrado.

¿Qué redes sociales manejan?

Manejamos las principales *Facebook*, *Twitter* e *Instagram*, y según la región y la demografía de la población es la respuesta que se tiene con cierta red social, Nosotros nos estamos enfocando en *Facebook*.

¿Cómo ve la comunicación en redes sociales?

Sí, hay bastante respuesta sobre todo porque se está tratando de trabajar de la mano con algunos medios locales, que al mismo tiempo replican la información que nosotros hacemos, tratando de posicionarnos como una fuente oficial de lo que se está manejando en el municipio.

¿Trabajan con medios locales?

Si, son varios medios locales, desde medios impresos como el Metropolitano, Nuestro Diario. Medios digitales como Noti #DBM, que son paginas grandes en la comunidad, que ya no son medios alternativos, ya son medios que se han posicionado y que de alguna manera la credibilidad que tienen pues a nosotros nos funciona para estar replicando, y es ahí donde parte de la estrategia que hemos aplicado nos ha funcionado para ser una referencia de lo que sucede en Villa Canales.

¿Manejan manuales organizacionales?

Te comento que estamos trabajando de materializar la imagen gráfica, hemos tratado de adaptar poco a poco el manual de imagen institucional, desde documentos, redes sociales y todo lo que contempla la municipalidad y no se cuentan con otros manuales.

¿Cuentan con alianzas estratégicas con alguna empresa?

No, nosotros nos limitamos a eso, para no crear malentendidos. En el momento que alguna empresa quiera trabajar con la municipalidad son ellos quienes se acercan y hay parámetros establecidos para ello. Por el momento no tenemos alianzas.

Cuestionario de la encuesta



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



Encuesta - Municipalidad de Villa Canales, Empleados

Conteste veraz y abiertamente cada inciso.

1. Género.

- Femenino
 Masculino

2. Edad.

3. ¿Conoce la historia del municipio de Villa Canales?

- Si
 No

4. ¿Conoce la historia de la Municipalidad de Villa Canales?

- Si
 No

5. Departamento en el que labora.

6. ¿Cuánto tiempo tiene de laborar en la Municipalidad de Villa Canales?

- Menos de un año

- De 1 a 3 años
- De 4 a 5 años
- Más de 6 años

7. ¿Le gusta el ambiente laboral de su área o departamento?

- Si
- No

8. Creo que existen barreras de comunicación, es decir dificultades que pueden presentarse durante el proceso comunicativo en su área laboral, mencione alguna de ellas.

9. Que sugiere para mejorar la comunicación en su área de trabajo

10. En el puesto que desempeña, considera que se puede desempeñar profesionalmente.

- Si
- No

11. ¿Se siente libre de expresar sus ideas?

- Si
- No

12. ¿Qué redes sociales sigue de la Municipalidad de Villa Canales?

- Facebook
- Instagram
- Twitter

13. ¿Qué temas le gustaría ver en las redes sociales de la Municipalidad de Villa Canales?

14. 14. ¿Ha afectado la pandemia en su trabajo? y ¿por qué?

15. ¿Recomendaría trabajar en la Municipalidad de Villa Canales? Y ¿por qué?

Fotografía Municipalidad de Villa Canales



Palacio Municipal



Medidas Sanitarias Ingreso a la
Municipalidad de Villa Canales



Medidas Sanitarias Ingreso a la
Municipalidad de Villa Canales



Medidas Sanitarias Ingreso a la
Municipalidad de Villa Canales



Página Web de la Municipalidad de Villa Canales



Facebook
Municipalidad de Villa Canales



Twitter
Municipalidad de Villa Canales

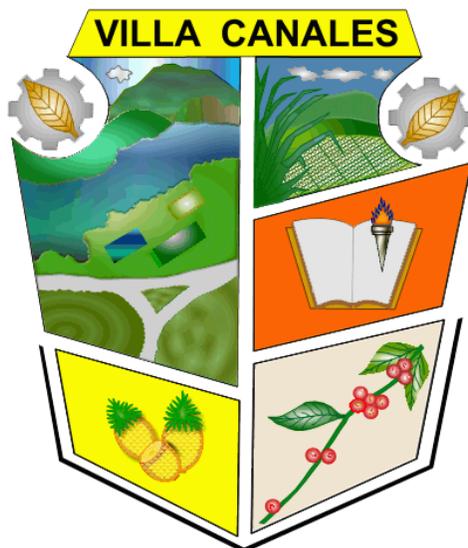


Instagram
Municipalidad de Villa Canales

Ejecución

Guía de Contenido para Redes Sociales

MUNICIPALIDAD DE VILLA CANALES





Presentación

La presente guía de contenido para redes sociales es un instrumento de organización orientado a presentar las propuestas para el contenido de los posts para las redes sociales de la Municipalidad de Villa Canales. Los cuales están enfocados en brindar contenido de valor a la población en las áreas de tecnología y educación, productividad y consejos de cuarentena, historia y lugares de Villa Canales y datos curiosos.

Objetivos

General

- Fomentar la imagen institucional a través de la comunicación virtual, creando una conexión emocional con su audiencia a través de contenidos interesantes que le aporten valor.

Específicos

- Generar notoriedad de la marca de la Municipalidad de Villa Canales.
- Posicionar la imagen de la Municipalidad de Villa Canales como la entidad oficial que vela por el desarrollo de la población del municipio.
- Conectar con el público a través de temas que brindan un valor agregado.



Contenido para Redes Sociales

Municipalidad de Villa Canales

Tecnología y educación

1. Buscadores académicos:

- i. Google Académico: Permite buscar información de diversas disciplinas en formatos como tesis, artículos e incluso libros.
- ii. Refseek: permite encontrar enciclopedias, revistas especializadas y documentos publicados.
- iii. Scielo: brinda acceso a diferentes contenidos académicos, debido a que es una de las más famosas bibliotecas en línea.
- iv. Redalyc.org: permite realizar búsquedas por autor, artículos, revistas, disciplinas especializadas e instituciones. Forma parte de la Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal.

(Fuente:

<https://www.estrategiaynegocios.net/empresasymanagement/1257634-330/los-mejores-buscadores-acad%C3%A9micos-para-hallar-fuentes-confiables>)

2. App para reuniones virtuales

- i. Zoom
- ii. Google Meet
- iii. Microsoft Teams
- iv. GoToMeeting
- v. Skype
- vi. WebEx

(Fuente: <https://blog.hubspot.es/sales/programas-videoconferencias>)



3. Ahorrar datos al realizar llamada por WhatsApp

- i. Ajustes o configuración
- ii. Datos y almacenamiento
- iii. Disminuir uso de datos

(Fuente: <https://www.xatakamovil.com/aplicaciones/la-nueva-funcion-de-ahorrar-datos-en-las-llamadas-por-whatsapp-disminuye-un-33-el-consumo>)

4. Herramientas para compartir documentos

- i. Google Drive
- ii. One Drive
- iii. Dropbox
- iv. Igloo
- v. Quip

(Fuente: <https://trinexo.com/9-apps-para-trabajo-equipo/>)

5. Herramientas para gestión de proyectos

- i. Trello
- ii. Asana
- iii. Redbooth

(Fuente: <https://trinexo.com/9-apps-para-trabajo-equipo/>)

6. <https://capacitateparaeempleo.org/> → página que brinda cursos en línea de diversas disciplinas, son gratis y extienden certificado.

7. <https://www.crehana.com/> → página que brinda cursos en línea, gratis y de paga.

8. <https://es.coursera.org/> → página que brinda cursos en línea, gratis y de paga.



9. <https://www.edx.org/> → página que brinda curso en línea, modalidad free, sin certificado y de paga con certificado
10. <https://aprendergratis.es/cursos-online/> → página que brinda cursos en línea de diversas disciplinas, son gratis y extienden certificado.

Productividad y consejos para cuarentena

1. Consejos para estudiar en línea:
 - i. Asigna un lugar de estudio que sea tranquilo, organizado y libre de distracciones.
 - ii. Divide tu tiempo de estudio en clases, repasos y lecturas.
 - iii. Comparte lo que sabes, enseñar a otro te ayudara a perfeccionar tus conocimientos.
 - iv. Toma nota de tus clases, escribe resúmenes o ilustra tus apuntes, te ayudara a repasar.
 - v. Practica lo que aprendiste, haz proyectos con tus nuevos conocimientos.

(Fuente: Isidora de Vicente, creadora de la comunidad Bullet Journal, método de productividad y organización)

2. Tips para organizar tu tiempo:
 - i. Usa una agenda y planifica tus actividades personales y laborales, deja espacios en blanco para imprevistos.
 - ii. Ponte objetivos concretos para cada día, así podrás mantener el camino hacia la meta.
 - iii. Evita distracciones y aprovecha al máximo tu tiempo cuando estés realizando una actividad.
 - iv. Toma pequeños descansos de 10 a 15 minutos en cada actividad para poder realizar cosas que te gusten.

(Fuente: Isidora de Vicente, creadora de la comunidad Bullet Journal, método de productividad y organización)



3. Hábitos para mejorar la productividad:

- i. Planifica tu rutina, será tu guía para tus actividades diarias
- ii. Levantarse temprano, para priorizar en las tareas sin tener mayor interrupción
- iii. Tomar un vaso de agua en ayunas para rehidratar el cuerpo y desayunar bien
- iv. Practicar ejercicio para aumentar el nivel de endorfinas, brindando energía
- v. Activar el modo trabajo, si trabajas desde casa procura mantener tu rutina de arreglarse antes de iniciar a trabajar. Tomar un baño y vestir presentable, siempre tener en cuenta el arreglo personal.

(Fuente: Isidora de Vicente, creadora de la comunidad Bullet Journal, método de productividad y organización)

4. Tips para mejorar el uso de la agenda

- i. Apuntar todas las actividades sean laborales, de estudio o sociales
- ii. Anotar el tiempo que llevará realizar cada actividad
- iii. Organizar la noche anterior las actividades del siguiente día, colocando en primer lugar tareas urgentes o que quedaron pendientes de realizar.
- iv. Anotar frases motivadoras
- v. Llevar un control de finanzas

(Fuente: Isidora de Vicente, creadora de la comunidad Bullet Journal, método de productividad y organización)

5. Ventajas de dormir bien

- i. Mejor la salud mental
- ii. Disminuye el estrés
- iii. Mantiene activo tu cerebro en tus actividades

(Fuente: Isidora de Vicente, creadora de la comunidad Bullet Journal, método de productividad y organización)

6. Tips para hacer más eficaces las reuniones

- i. Fijar en el calendario la reunión y colocar un recordatorio
- ii. Estar listo unos minutos antes de la hora prevista



- iii. No utilizar el móvil y colocarlo en modo silencioso
- iv. Llevar el material necesario
- v. Exponer claramente las ideas
- vi. No mantener conversaciones en paralelas, mientras un expositor este hablando.
- vii. Realizar seguimiento de la reunión en las siguientes 24 horas

(Fuente: Isidora de Vicente, creadora de la comunidad Bullet Journal, método de productividad y organización)

7. Los mandamientos para la mejora continua

- i. Los problemas crean oportunidades
- ii. Preguntar el por qué cinco veces
- iii. Toma ideas de cada persona
- iv. Piensa en soluciones que lo hagan posible
- v. Replantea las ideas fijas
- vi. No aceptes excusas
- vii. Elige una solución óptima
- viii. Corrige errores de inmediato
- ix. Usa el ingenio y no el dinero
- x. La mejora continua no tiene fin

(Fuente: www.mayugo.net)

8. Las C del trabajo en equipo

- i. Confianza
- ii. Coordinación
- iii. Compromiso
- iv. Complementariedad
- v. Comunicación

(Fuente: Isidora de Vicente, creadora de la comunidad Bullet Journal, método de productividad y organización)



9. Actividades para desestresarte en casa

- i. Crear una lista de canciones que relajen
- ii. Realizar ejercicios de relajación como la meditación y yoga
- iii. Leer y escribir ayudan a relajarse
- iv. Realizar actividades placenteras como los masajes.

(Fuente: <https://www.psicologia-online.com/como-desestresarse-4724.html>)

10. Consejos para concentrarse para estudiar

- i. Cuidar tus necesidades físicas → Es muy fácil levantarse para comer o ir al baño y cuando te das cuenta has perdido más de media hora de tu tiempo. Cuida de estas cosas antes de comenzar a estudiar.
- ii. Utiliza ayudas → Tener algo que te ayude a recordar puede evitar que encuentres algo que te distraiga.
- iii. Minimiza tus distracciones potenciales → Cuantas menos cosas haya para distraerte, mejor. Como mínimo, eso significa tener el teléfono en silencio, el teléfono es uno de los más grandes distractores.
- iv. Elige un buen momento → Todos tenemos un momento del día en el que somos más productivos. Averigua a qué hora estás más alerta e intenta programar tus estudios para estos tiempos.
- v. Prepárate para enfocarte → Si no haces un esfuerzo consciente para concentrar tus esfuerzos en concentrarte, tarde o temprano te distraerás.

(Fuente: <https://www.modoemprendedor.com/como-concentrarse-para-estudiar/>)

Historia y lugares de Villa Canales

1. Parque Los Escombros

- i. Antiguamente llamada Iglesia de San Miguel y fue construida a finales del siglo XVI-



- ii. San Miguel Arcángel era el Patrón del pueblo de San Miguel Petapa fundado en los años de 1546-1549.
- iii. Las noches del 9 de octubre de 1762 se inunda el pueblo por el Río Tuluja, por lo que la iglesia queda soterrada.
- iv. El piso original de la iglesia se encuentra soterrado a 2.50 mts aproximadamente.

(Fuente: <https://hoyhistoriagt.org/tag/villa-canales/> y Edgar Rodolfo Lemus – Comunicador social e historiador)

2. Ruinas de Concepción

- i. En 1669 se inauguró la construcción de una segunda iglesia, siendo más ostentosa que la Iglesia de San Miguel.
- ii. La construcción de esta iglesia debido a la división de la cofradía del Santísimo por los desacuerdos que duraron aproximadamente 100 años.
- iii. Los españoles eligieron como Patrona a la Virgen María.

(Fuente: Edgar Rodolfo Lemus – Comunicador social e historiador)

3. En la época Colonial al territorio de Villa Canales era el pueblo de Petapa, el cual fue trasladado luego de que se inundará la noche del 9 de octubre de 1762, denominando a este territorio como Pueblo Viejo.

(Fuente: <https://hoyhistoriagt.org/tag/villa-canales/>)

4. El pueblo de San Miguel Petapa, hoy Villa Canales es uno de los antiguos y primeros curatos de indios que hay en a gran extensión de Guatemala.

(Fuente: Monografía de Villa Canales y https://www.ecured.cu/Villa_Canales)

5. El 3 de junio de 1912 se forma oficialmente el municipio de Pueblo Viejo, estando conformado por las aldeas de Pueblo Viejo, Canchón, La Concha, Fraijanes, Durazno, Los Verdes, Colmenas, El Tablón, Rabanales, Planes de la Laguna, Cerritos, Barillas y santa Rosita.

(Fuente: Monografía de Villa Canales)



6. En 1915 se cambió el nombre de Pueblo Viejo a San Joaquín de Villa Canales en honor a doña Joaquina Cabrero, madre del presidente Manuel Estrada Cabrera y en 1920 se modificó el nombre a únicamente Villa Canales, a causa del derrocamiento del presidente Cabrera.

*(Fuente: Monografía de Villa Canales y
https://www.ecured.cu/Villa_Canales)*

7. Las aldeas de Boca del Monte, Chichimecas y Los Dolores anteriormente pertenecían al Municipio de San Miguel Petapa y en el año de 1935 fueron desligadas de él y anexadas al municipio de Villa Canales.

(Fuente: Monografía de Villa Canales)

8. La aldea Los Pocitos anteriormente pertenecía al municipio de San Vicente de Pacaya del cual se segregó en 1935, anexándose al municipio de Villa Canales.

(Fuente: Monografía de Villa Canales)

9. Entre los años de 1875 – 1880 se formaron las aldeas de Boca del Monte y el Porvenir, cuando el General Justo Rufino Barrios, en agradecimiento obsequio tierras a los soldados del Batallón Canales que pelearon con el para lograr la Unión Centroamericana.

(Fuente: Monografía de Villa Canales)

10. La primera iglesia católica de la aldea Chichimecas fue destruida por el terremoto de 1917, debido a que era una construcción de adobe. La segunda iglesia también fue destruida por el terremoto del año 1976 y la tercera y actual iglesia fue construida en el año de 1977.

(Fuente: Monografía de Villa Canales)

11. La estación de telégrafos de Villa Canales fue inaugurada el 26 de diciembre de 1916 y en 1949 se inauguró el servicio de correo y telecomunicaciones en la cabecera municipal.

(Fuente: Monografía de Villa Canales)



12. La subestación de Bomberos Voluntarios de Villa Canales se inauguró el 4 de agosto de 1979.

(Fuente: Monografía de Villa Canales)

Datos curiosos

1. Popoya, palabra de origen Maya-Kaqchique que significa Río Unidos, es el nombre que recibía el territorio de Villa Canales antes de la llegada de los españoles y su referencia se encuentra en los anales de los Kaqchiqueles.

(Fuente: Edgar Rodolfo Lemus – Comunicador social e historiador)

2. En 1972 se filmó la película mexicana “vuelven los campeones justicieros” en la cual se grabaron escenas de lucha libre en las Ruinas de Concepción, Villa Canales

(Fuente: Edgar Rodolfo Lemus – Comunicador social e historiador)

3. Villa Canales cuenta con la Sierra de Canales ubicada a lo largo del Noreste-Este y Norte del municipio y se caracteriza por tener en la mayor parte del año temperaturas inferiores entre 10 y 15°C, en especial en la temporada Seca, debido a que su altitud sobrepasa a los 1,350 m.s.n.m.

(Fuente: https://es.wikipedia.org/wiki/Villa_Canales)

4. El Jocotillo, Villa Canales es uno de los máximos productor de piña a nivel nacional, y de primera calidad debido a las tierras fertilizadas por el volcán de pacaya y su clima adecuado para la producción.

(Fuente: artículos Prensa Libre. Recuperado de <https://www.prensalibre.com/economia/produccion-de-pia-gana-mas-terreno/>)

5. Villa Canales es uno de los municipios más grande del departamento de Guatemala con una extensión territorial de 353 km².

(Fuente: Monografía de Villa Canales)



6. Villa Canales cuenta con 1 Villa, 13 Aldeas y 43 caseríos.

(Fuente: Monografía de Villa Canales)

7. Fuentes y Guzmán en su recordación Florida hace mención que Chichimecas significa MECATE (cordel o bejuco amargo).

(Fuente: La recordación Florida)

8. La cabecera municipal tiene el carácter de Villa y cuenta con los caseríos de La Virgen Pampumay, Punta de Ayala, San Eusebio y San José de Orantes.

(Fuente: Monografía de Villa Canales)

9. Las aldeas de Boca del Monte, Colmenas y Cumbre de San Nicolas, no cuentan con caseríos.

(Fuente: Monografía de Villa Canales)

10. Aldea Meléndrez fue el primer nombre de la Aldea El Obrajuelo.

(Fuente: Monografía de Villa Canales)

11. La aldea San José El Tablón, se llamaba El Pajal debido a que las viviendas eran construidas a base de paja de caña de milpa, Luego cambio su nombre a el Tablón, debido a que para acceder a ella se colocaban tablas, pues la separaba una laguneta.

(Fuente: Monografía de Villa Canales)

12. Santa Elena Barillas anteriormente se llamaba Los Planes de Barillas. El nombre actual se debe a doña Elena Barillas quien donó la Virgen de Santa Elena, adoptando el nombre de la Virgen Sana Elena y Barillas por doña Elena.

(Fuente: Monografía de Villa Canales)

Programación de Post para Redes Sociales

MUNICIPALIDAD DE VILLA CANALES



Octubre 2020							
Día	Fecha	Hora	Red Social	Tema	Formato	Objetivo	Publicación
Jueves	1-Oct						
Viernes	2-Oct						
Sábado	3-Oct						
Domingo	4-Oct						
Lunes	5-Oct						
Martes	6-Oct						
Miércoles	7-Oct						
Jueves	8-Oct						
Viernes	9-Oct	PM	Facebook	Datos curiosos	Imagen	Conectar con el público	Película de 1972
Sábado	10-Oct						
Domingo	11-Oct	PM	Facebook	Historia y lugares	Imagen	Conectar con el público	Parque Los Escombros
Lunes	12-Oct	AM	Facebook	Tecnología y educación	Infografía	Posicionar la marca	Buscadores académicos
Martes	13-Oct						
Miércoles	14-Oct	AM	Facebook	Productividad y consejos	Imagen	Conectar con el público	Consejos para estudiar en línea
Jueves	15-Oct						
Viernes	16-Oct	PM	Facebook	Datos curiosos	Imagen	Conectar con el público	Sierra de Canales
Sábado	17-Oct						
Domingo	18-Oct	PM	Facebook	Historia y lugares	Imagen	Conectar con el público	Ruinas de Concepción
Lunes	19-Oct	AM	Facebook	Tecnología y educación	Ilustración	Conectar con el público	App para reuniones virtuales
Martes	20-Oct						
Miércoles	21-Oct	AM	Facebook	Productividad y consejos	Infografía	Posicionar la marca	Tips para organizar el tiempo
Jueves	22-Oct						
Viernes	23-Oct	PM	Facebook	Datos curiosos	Imagen	Conectar con el público	Popoya
Sábado	24-Oct						
Domingo	25-Oct	PM	Facebook	Historia y lugares	Ilustración	Conectar con el público	Villa Canales era Petapa
Lunes	26-Oct	AM	Facebook	Tecnología y educación	Ilustración	Conectar con el público	Ahorrar datos en llamadas de WhatsApp
Martes	27-Oct						
Miércoles	28-Oct	AM	Facebook	Productividad y consejos	Infografía	Posicionar la marca	Hábitos para mejorar la productividad
Jueves	29-Oct						
Viernes	30-Oct	PM	Facebook	Datos curiosos	Imagen	Conectar con el público	Aldea El Jocotillo
Sábado	31-Oct						

Noviembre 2020							
Día	Fecha	Hora	Red Social	Tema	Formato	Objetivo	Publicación
Domingo	1-Nov	PM	Facebook	Historia y lugares	Ilustración	Conectar con el público	Uno de los primeros curatos
Lunes	2-Nov	AM	Facebook	Tecnología y educación	Ilustración	Conectar con el público	Herramientas para compartir documentos
Martes	3-Nov						
Miércoles	4-Nov	AM	Facebook	Productividad y consejos	Infografía	Posicionar la marca	Tips para mejorar el uso de agenda
Jueves	5-Nov						
Viernes	6-Nov	PM	Facebook	Datos curiosos	Imagen	Conectar con el público	Uno de los municipios más grandes
Sábado	7-Nov						
Domingo	8-Nov	PM	Facebook	Historia y lugares	Imagen	Conectar con el público	Se forma oficialmente el municipio
Lunes	9-Nov	AM	Facebook	Tecnología y educación	Ilustraciones	Conectar con el público	Herramientas para gestión de proyectos
Martes	10-Nov						
Miércoles	11-Nov	AM	Facebook	Productividad y consejos	Imagen	Conectar con el público	Ventajas de dormir bien
Jueves	12-Nov						
Viernes	13-Nov	PM	Facebook	Datos curiosos	Imagen	Conectar con el público	Organización territorial del municipio
Sábado	14-Nov						
Domingo	15-Nov	PM	Facebook	Historia y lugares	Imagen	Conectar con el público	Cambió de nombre
Lunes	16-Nov	AM	Facebook	Tecnología y educación	Link	Notoriedad de la marca	Cursos en línea
Martes	17-Nov						
Miércoles	18-Nov	AM	Facebook	Productividad y consejos	Imagen	Conectar con el público	Tips para hacer más eficaces las reuniones
Jueves	19-Nov						
Viernes	20-Nov	PM	Facebook	Datos curiosos	Imagen	Conectar con el público	Significado de Chichimecas
Sábado	21-Nov						
Domingo	22-Nov	PM	Facebook	Historia y lugares	Imagen	Conectar con el público	Aldeas que no pertenecían al municipio
Lunes	23-Nov	AM	Facebook	Tecnología y educación	Link	Notoriedad de la marca	Cursos en línea
Martes	24-Nov						
Miércoles	25-Nov	AM	Facebook	Productividad y consejos	Infografía	Posicionar la marca	Los mandamientos para la mejora continua
Jueves	26-Nov						
Viernes	27-Nov	PM	Facebook	Datos curiosos	Imagen	Conectar con el público	Caseríos de la cabecera municipal
Sábado	28-Nov						
Domingo	29-Nov	PM	Facebook	Historia y lugares	Imagen	Conectar con el público	Aldea Los Pocitos
Lunes	30-Nov	AM	Facebook	Tecnología y educación	Link	Notoriedad de la marca	Cursos en línea

Diciembre 2020							
Día	Fecha	Hora	Red Social	Tema	Formato	Objetivo	Publicacion
Martes	1-Dec						
Miércoles	2-Dec	AM	Facebook	Productividad y consejos	Ilustración	Conectar con el público	Las C del trabajo en equipo
Jueves	3-Dec						
Viernes	4-Dec	PM	Facebook	Datos curiosos	Imagen	Conectar con el público	Aldeas del municipio
Sábado	5-Dec						
Domingo	6-Dec	PM	Facebook	Historia y lugares	Ilustración	Conectar con el público	Formación de aldeas
Lunes	7-Dec	AM	Facebook	Tecnología y educación	Link	Notoriedad de la marca	Cursos en línea
Martes	8-Dec						
Miércoles	9-Dec	AM	Facebook	Productividad y consejos	Imagen	Conectar con el público	Actividades para desestresarse en casa
Jueves	10-Dec						
Viernes	11-Dec	PM	Facebook	Datos curiosos	Imagen	Conectar con el público	Aldea El Obrajuelo
Sábado	12-Dec						
Domingo	13-Dec	PM	Facebook	Historia y lugares	Imagen	Conectar con el público	Primera iglesia católica en Chichimecas
Lunes	14-Dec	AM	Facebook	Tecnología y educación	Link	Notoriedad de la marca	Cursos en línea
Martes	15-Dec						
Miércoles	16-Dec	AM	Facebook	Productividad y consejos	Infografía	Posicionar la marca	Consejos para concertarse para
Jueves	17-Dec						
Viernes	18-Dec	PM	Facebook	Datos curiosos	Imagen	Conectar con el público	Aldea San José El Tablón
Sábado	19-Dec						
Domingo	20-Dec	PM	Facebook	Historia y lugares	Imagen	Conectar con el público	Estación de telégrafos
Lunes	21-Dec						
Martes	22-Dec						
Miércoles	23-Dec						
Jueves	24-Dec						
Viernes	25-Dec	PM	Facebook	Datos curiosos	Imagen	Conectar con el público	Aldea Santa Elena Barillas
Sábado	26-Dec						
Domingo	27-Dec	PM	Facebook	Historia y lugares	Imagen	Conectar con el público	Subestación de Bomberos
Lunes	28-Dec						
Martes	29-Dec						
Miércoles	30-Dec						
Jueves	31-Dec						

Municipalidad de Villa Canales
3 d · 🌐

#SabíasQué? #MuniVillaCanales

✅ En 1972 se filmó la película mexicana "vuelven los campeones justicieros" en la cual se grabaron escenas de lucha libre en las Ruinas de Concepción, Villa Canales (Fuente: Edgar Rodolfo Lemus – Comunicador social e historiador) #PorAmorAmiTierra

Tú y 44 personas más · 3 comentarios · 11 veces compartida

Me encanta · Comentar · Compartir

Más relevantes

Escribe un comentario...

Nydia Cobar
Al igual como en el 69' o 70', recuerdo que vinieron de Méjico a grabar parte de una película, las locaciones Cafetería San Francisco en donde había una hermosa Rockola, la tienda de doña Oty frente a la muni incluso quitaron puertas y bajaron un león,... Ver más

Me gusta · Responder · 2 d · 🙄 3

👉 1 respuesta

Publicación en Facebook.

Tema: Dato curioso

Link:

<https://www.facebook.com/munivillacanales/photos/a.503272153180673/1635703503270860/>



Publicación en Facebook.

Tema: Dato curioso

Link:

<https://www.facebook.com/photo?fbid=1850049698483818&set=a.107503769405095>



Publicación en Facebook.

Tema: Historia y Lugares de Villa Canales

Link:

<https://www.facebook.com/photo?fbid=1850050131817108&set=pcb.1822030071285781>



Publicación en Facebook.

Tema: Productividad

Link:

<https://www.facebook.com/photo?fbid=1850048978483890&set=pcb.1822027077952747>

Productividad

Organiza tu tiempo

-  Usa una agenda y planifica tus actividades personales y laborales, deja espacios en blanco para imprevistos
-  Ponte objetivos concretos para cada día, así podrás mantener el camino hacia la meta
-  Evita distracciones y aprovecha al máximo tu tiempo cuando estés realizando una actividad.
-  Toma pequeños descansos de 10 a 15 minutos en cada actividad para poder realizar cosas que te gusten

(Fuente: Webora de México, creadora de la comunidad Padel Social, entusiasta de productividad y organización)

 **Por amor a mi tierra**
ADMINISTRACIÓN DE VILLA CANALES

Me gusta Comentar Compartir

Publicación en Facebook.

Tema: Productividad

Link:

<https://www.facebook.com/photo?fbid=1850046628484125&set=a.107503769405095>

Tecnología

Buscadores Académicos

-  *Permite buscar información de diversas disciplinas en formatos como tesis, artículos e incluso libros.*
- Permite encontrar enciclopedias, revistas especializadas, documentos publicados.* 
-  *Brinda acceso a diferentes contenidos académicos, debido a que es una de las más famosas bibliotecas en línea.*
- Permite realizar búsquedas por autor, artículos, revistas, disciplinas e instituciones. Forma parte de la Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal.* 

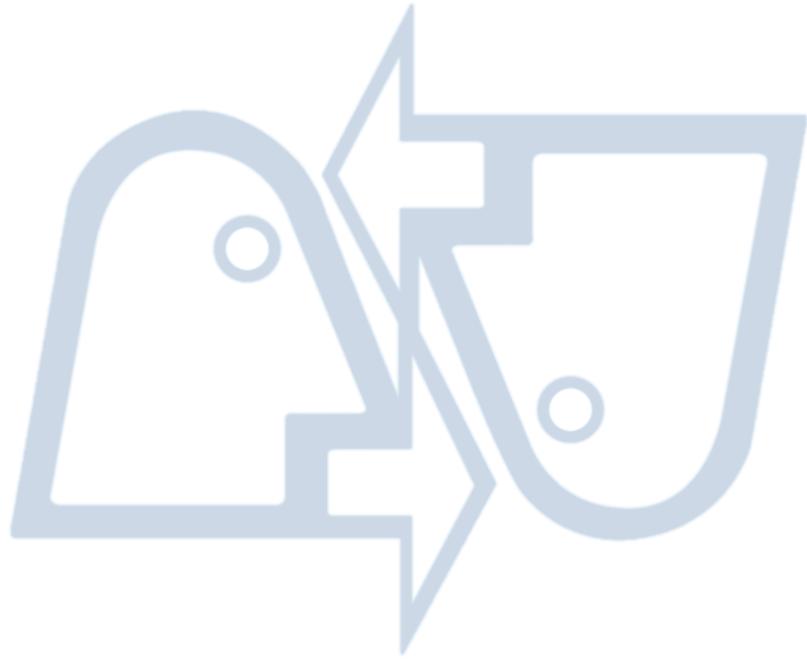
Me gusta Comentar Compartir

Publicación en Facebook.

Tema: Tecnología

Link:

<https://www.facebook.com/photo?fbid=1850046088484179&set=a.107503769405095>



Comunicación
creando futuro