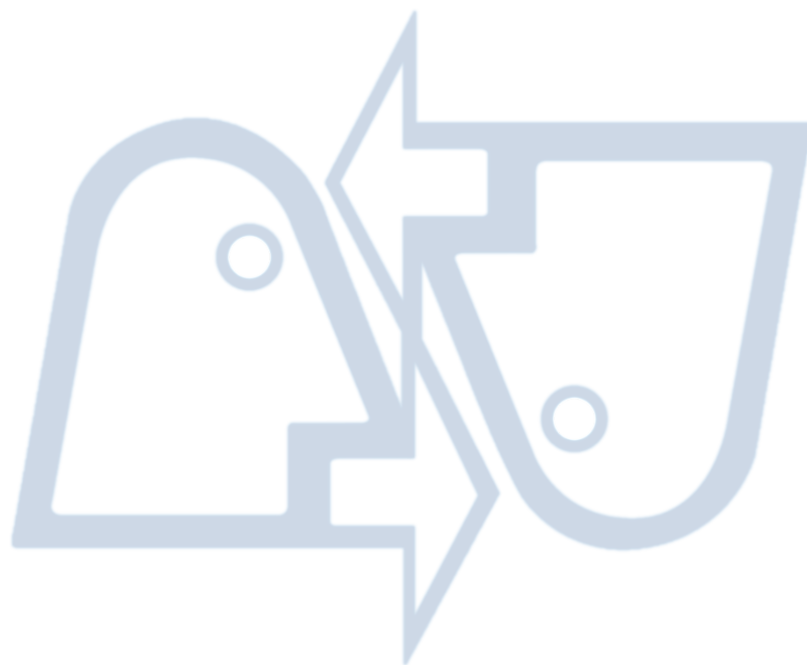


Universidad San Carlos de Guatemala  
Escuela de Ciencias de la Comunicación



Guatemala, octubre de 2020



**Comunicación**  
*creando futuro*



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



# **“Diagnóstico y Estrategia de Comunicación Externa Respecto al Tema del Agua Potable en la Municipalidad de Guatemala Regencia Norte”**

Ana Lucia Rodríguez Álvarez

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

Asesor:  
Lcdo. Mynor Martínez

Guatemala, octubre del 2020

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

**Director**

Lic. 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**

Lic. Luis Fernando Lucero

**Supervisor**

M.A. Marvin Sarmientos Yuman

**Supervisora**

M.A. Evelin Hernández

**Supervisora**

Licda. Krista María Ramírez

**Supervisora**

Licda. Brenda Yanira Chacón

**Supervisores**

Lic. Mynor René Martínez y

M.A. Edgar Martínez García



Guatemala, octubre 19 de 2020

Estudiante de EPS de Licenciatura  
Ana Lucia Rodríguez Álvarez  
Carné No. 201408186  
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 respecto al tema del agua potable en la Municipalidad de Guatemala Regencia Norte”** 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”

Lcdo. Mynor René Martínez  
Supervisor

M.A. Evelyn Morazán  
Supervisora

Dr. José María Torres Carrera  
Coordinador





Guatemala 29 de mayo del 2020  
EPSL-C104-2020

Licenciado:  
Orifel Castañon Dueñas  
Director de Comunicación de Regencia Norte  
**Municipalidad de Guatemala**  
Ciudad Guatemala.

Distinguido Licenciado Castañon:

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 **Ana Lucía Rodríguez**, carné no. **201408186** quién manifestó su deseo de hacer Práctica Supervisada 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,



"DID Y ENSEÑAR A TODOS"

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

cc. Archivo  
MA. Evelin Morazán

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

[www.comunicacion.usac.edu.gt](http://www.comunicacion.usac.edu.gt)

(502) 2418-8920





**Muni  
Guate**

Regencia Norte - Oficina de Comunicación  
Km. 4.5 Carretera Al Atlántico, C.C. Los Álamos, zona 18  
Tel: 2495 8484 ext:

Guatemala 29 de julio 2020

**Dr. José María Torres**  
Coordinador EPS Licenciatura  
Universidad de San Carlos de Guatemala  
Estimado Dr. Torres

Por medio de la presente me dirijo a usted, para hacer de su conocimiento que hemos autorizado a la estudiante Ana Lucía Rodríguez, carné 201408186, de la Escuela Ciencias de la Comunicación, de la Universidad de San Carlos de Guatemala la realización del Ejercicio Profesional Supervisado correspondiente a la carrera de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, en la institución Municipalidad de Guatemala Regencia Norte. Debiendo cumplir 800 horas de práctica comprendidas en el período del 03 de febrero al 30 de agosto de 2020.

Sin más por el momento, reciba un cordial saludo de nuestra parte.

Atentamente,

Orifiel Alejandro Castañón Dueñas  
Director Comunicación Social  
Regencia Norte



**CUENTA  
CONMIGO** #JuntosLogramosMás

muniguate.com | f t i g  
Regencia Norte

The bottom of the page features a decorative graphic consisting of several overlapping, semi-transparent blue geometric shapes. These shapes form a stylized, abstract representation of a building's roofline or a series of connected planes, extending across the width of the page.

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



## **DEDICATORIA**

### **A DIOS**

Por darme la fuerza, sabiduría e inteligencia para finalizar con éxito esta etapa de mi vida.

### **A MIS PADRES**

María Anabella Álvarez y David Enrique Rodríguez por ser un ejemplo de motivación, gracias por su ayuda, por su esfuerzo y sacrificio al darme la oportunidad de tener educación y hacerme la mujer que soy hoy, los amo con todo mi corazón.

### **A MIS HERMANOS**

Diego y Josué por ser ejemplo de perseverancia y enseñarme que todo lo que se proponga se puede lograr y por ser hombres amorosos y responsables, los amo.

### **A MIS ABUELITOS**

A ti abuelita Mery, te dedico este logro con todo mi amor, siempre te recuerdo y te extrañaré toda mi vida, gracias por siempre demostrarme tu cariño incondicional, y por impulsarme a terminar mis estudios, te amo.

Aquilino, Hilda y Miguel, Gracias por ser mi ejemplo de amor y perseverancia, por siempre estar para mí y ser tan especiales conmigo, los amo mucho.

### **A MIS AMIGOS**

Gracias por ser mi apoyo en todo este proceso, por estar en las buenas y en las malas y por enseñarme muchas cosas, por las aventuras y los momentos inolvidables juntos.

Mishel, Melisa y Tita gracias por las palabras de aliento y estar siempre para mí en esta etapa, las quiero.

# ÍNDICE

Introducción.....	1
Antecedentes.....	1
Justificación.....	1
Capítulo 1 .....	2
DIAGNÓSTICO DE COMUNICACIÓN .....	2
1. La Institución.....	2
1.2. Perfil Institucional .....	2
1.3. Ubicación Geográfica.....	2
1.4. Integración y Alianzas Estratégicas.....	2
1.5. Origen e Historia .....	2
1.6. Departamentos o Dependencias de la Institución.....	3
1.6.1. Gerencia de desarrollo Social.....	3
1.6.2. Gerencia de Operaciones.....	3
1.6.3. Gerencia administrativa.....	4
1.6.4. Direcciones Independientes.....	4
1.6.5. Unidades independientes .....	4
1.7. Organigrama .....	4
1.8. Misión.....	4
1.9. Visión.....	5
1.10. Objetivos institucionales.....	5
1.11. Público Objetivo .....	5
1.12. Diagnóstico.....	5

1.12.1	Objetivo del diagnostico .....	6
1.12.2.	Objetivo general .....	7
1.12.3.	Objetivo especifico .....	7
1.13.	Técnicas de Recolección de datos .....	7
1.13.1.	Técnicas .....	7
1.13.2.	Instrumentos .....	8
1.13.3.	Población y muestra.....	8
1.13.3.1.	Población .....	8
1.13.3.2.	Muestra .....	9
1.13.1.	Observación .....	9
1.13.1.1.	Tipos de Observación .....	9
1.13.2.	Actitud pasiva.....	11
1.13.3.	Actitud activa.....	11
1.13.2.	Documentación.....	11
1.13.3.	Entrevistas de profundidad .....	12
1.13.4.	Encuestas .....	13
1.14.	Interpretación de resultados (Graficas).....	14
1.15.	FODA .....	24
1.16.	Problemas Detectados.....	25
1.17.	Planteamiento del problema comunicacional .....	25
1.18.	Indicadores de Éxito .....	26
	Fuente: Elaboración propia.....	27
1.19.	Proyecto a desarrollar .....	27
	Capítulo 2 .....	28

2. Plan estratégico de comunicación.....	28
2.1. Descripción técnica de la estrategia del proyecto.....	28
2.2. Objetivos de la Estrategia.....	29
2.2.1. Objetivo General.....	29
2.2.2. Objetivos Específicos.....	29
2.3. Misión.....	29
2.4. Visión.....	29
2.5. Elementos comunicacionales que según su diagnóstico aplicará.....	30
2.5.1. Comunicación.....	30
2.5.2. Teoría Funcionalista.....	30
2.5.3. Tipos de Comunicación.....	31
2.5.4. Elementos de la comunicación.....	32
2.5.5. Comunicación Eficiente.....	33
2.5.6. Comunicación Organizacional.....	33
2.5.7. Organización Funcional.....	35
2.5.8. Efectos de la comunicación.....	35
2.5.9. Internet.....	35
2.5.10. Las Redes Sociales.....	36
2.5.10.1. Red Social <i>Facebook</i> .....	36
2.5.11. Videoconferencia.....	37
2.6. Alcances y límites de la Estrategia.....	38
2.6.1. Alcances.....	38
2.6.2. Límites.....	38
2.7. Metodología para la aplicación de la Estrategia Comunicación.....	39

2.7.1. Método.....	39
2.8. Actividades para la Operatividad de la Estrategia.....	40
2.8.1. Propuesta 1 Video conferencia.....	40
2.8.2. Propuesta 2 Post para Redes Sociales.....	40
2.8.3. Propuesta 3 Video para concientizar.....	40
2.9. Cronograma.....	41
2.10. Financiamiento.....	41
2.11. Presupuesto.....	42
2.12. Beneficiarios.....	42
2.13. Recursos Humanos.....	42
2.15. Cuadro Comparativo de la Estrategia.....	43
Capítulo 3.....	44
3. Informe de ejecución.....	44
3.1. Estrategia # 1 Video Conferencias Informativas.....	44
3.1.1. Objetivo de la actividad.....	44
3.1.2. Público objetivo.....	44
3.1.3. Medio utilizado.....	44
3.1.4. Área geográfica de impacto.....	44
3.1.5. Presupuesto invertido en esta acción.....	44
3.2. Estrategia #2 Posts Informativos.....	46
3.2.1. Objetivo de la actividad.....	46
3.2.2. Público objetivo.....	46
3.2.3. Medio utilizado.....	46
3.2.4. Área geográfica de impacto.....	46

3.2.5. Presupuesto invertido en esta acción .....	46
3.3. Estrategia # 3 Video Creando conciencia y de Reforzamiento de Imagen .....	48
3.3.1. Objetivo de la actividad.....	48
3.3.2. Público objetivo .....	48
3.3.3. Medio utilizado.....	48
3.3.4. Área geográfica de impacto.....	48
3.3.5. Presupuesto invertido en esta acción.....	48
3.4. Actividades y calendarización.....	50
4. Conclusiones.....	51
5. Recomendaciones .....	52
6. Fuentes de consulta.....	53
Bibliografía.....	53
E-grafía .....	55
ANEXOS .....	56
ANEXO 1: Diagnostico.....	57
Anexo 2.....	59
Encuesta 1 medio virtual .....	59
ANEXOS 3: Fichas de observación .....	60
ANEXO 5: Publicaciones de la página de <i>Facebook</i> informativos.....	61
ANEXOS 5: Videos para página de <i>Facebook</i> Regencia Norte .....	64
ANEXO 6: Cotizaciones .....	65
ANEXOS 7: Calendario de Actividades .....	66

## **i. Introducción**

La finalidad por la que se realiza esta investigación en la Municipalidad de Guatemala Regencia Norte es para identificar barreras de comunicación de medio externo como barreras que no permiten comunicar y obtener buenas respuestas hacia la Mini Muni, debido a que la comunicación es un pilar importante en cualquier institución o empresa.

Para lograr resolver los cambios que se dan de manera constante que en una municipalidad es importante localizar armonía entre los agentes de cambio que colaboran al fortalecimiento de la institución.

La comunicación es importante que sea clara y eficaz ya que al ser una institución de perfil público tiene la responsabilidad de mantener a las personas siempre al tanto de lo que está sucediendo en el municipio.

La municipalidad de Guatemala, Regencia Norte es la encargada de organizar y administrar el sistema de información geográfica del área en la cual se encuentra, también es la encargada de varias alcaldías auxiliares que están en las zonas más cercanas a la institución.

Regencia Norte se encuentran laborando fuera de la institución debido a la emergencia del covid-19, al surgir la crisis muchas de las actividades que se tenían planificadas y también las que se llevaban a cabo día a día en muchas áreas están siendo operadas a través de la página de Facebook en donde comparten temas de interés sobre los proyectos realizados de la municipalidad, salud, educación y actividades para niños, entre otros.

Se recolecto información que servirá para crear una campaña de comunicación que conjunto a la Municipalidad de Regencia Norte servirá para sus futuros planes para resolver los problemas del agua, esto ayudará a formar futuras acciones que cumplan con los objetivos

planteados de fortalecimiento de imagen en la comunicación externa, ya que en este caso se trabajará mediante la página de *Facebook* de Regencia Norte.



## **i. Antecedentes**

En la Municipalidad de Regencia Norte, se desarrollaron muchos proyectos que ayudaron al progreso de las zonas que esta Mini Muni tiene a su cargo, el motivo para realizar este estudio es para ayudar a las personas que laboran en Regencia Norte a brindar comunicación adecuada a los vecinos que esta institución tiene a su cargo por medio de comunicación efectiva.

Regencia Norte es la primera vez que se desarrolla un plan en el área de comunicación para implementar proyectos acordes a las necesidades que presente la Municipalidad y las alcaldías auxiliares con la que esta trabaja.

La comunicación es necesaria en una municipalidad ya que logra que fluyan los proyecto, la adquisición de proyecto y el desarrollo de ellos también para llegar a tener contacto con los vecinos de una manera adecuada según el grupo objetivo con el que se trabaja.

La comunicación interna también es necesaria e importante ya que un equipo de trabajo que posee y emite comunicación correcta hace que el trabajo sea más ameno y que no surjan tantos problemas internamente, en cualquier empresa se debe llevar una buena comunicación con sus colaboradores para motivar, subir auto estima, entre otros.

Cada municipalidad debe contar con un departamento de comunicación por que un comunicador es quien sabe cómo, cuándo y en que tono se debe emitir el mensaje y en cómo se solucionan los problemas en una institución en este caso pública.

La Emergencia del Covid-19 ha modificado algunos planes dentro de Regencia Norte, actualmente se encuentran enfrentando esta crisis trabajando desde casa, algunas de las actividades que tenían pre vistas están paralizadas por el momento, pero siguen activos mediante su página de Facebook en donde realizan todas las actividades posibles de manera virtual.

## ii. **Justificación**

En el presente trabajo de investigación se desarrollan aspectos que ocurren en el área de comunicación en la Municipalidad de Guatemala, Regencia Norte, el estudio de la investigación beneficiará a la institución por lo que se podrá visualizar de manera más cercana cuáles son sus necesidades, el porqué de estas necesidades entre otras que beneficiarán a los mismos trabajadores de la institución, pero también a los vecinos que residen en las zonas que regencia norte tiene a su cargo.

La situación de la municipalidad de Guatemala, Regencia Norte se encuentra en una situación complicada debido a que no están trabajando regularmente, tomaron las medidas por la emergencia del covid-19 y ahora se encuentran laborando desde casa, llevando a cabo proyectos de manera virtual a través de su página de Facebook.

Regencia Norte tiene perfil instruccional público por lo cual es importante que su comunicación sea emitida de una manera efectiva ya que la institución es la encargada de organizar y administrar el sistema de información geográfica del municipio para ayudar al desarrollo del mismo. Es importante realizar un estudio de comunicación en esta institución ya que al ser pública recae responsabilidad en que la información que sea emitida es de total importancia para el desarrollo del municipio.

Se deben identificar las oportunidades que contribuyen al éxito de la investigación por qué es importante identificar aspectos que complementen la indagación para obtener la ayuda necesaria y poder identificar las alternativas. Con esta una serie de soluciones a dichos problemas con la finalidad de crear herramientas e implementar una estrategia que genere un ambiente que sea agradable en cuanto a una comunicación externa.

## Capítulo 1

### DIAGNÓSTICO DE COMUNICACIÓN

#### 1. La Institución

Municipalidad de Guatemala, regencia Norte, Organización gubernamental, Institución pública.

#### 1.2. Perfil Institucional

Institución pública.

#### 1.3. Ubicación Geográfica

Centro Comercial Los Álamos, local 6 Km. 4.5, zona 18.

#### 1.4. Integración y Alianzas Estratégicas

Se trabaja en conjunto con las alcaldías auxiliares.

#### 1.5. Origen e Historia

Historia de la Nueva Guatemala de la Asunción

La Ciudad de Guatemala está localizada en el Llano de la Virgen o de la Ermita, sitio que desde 1530 también era conocido como valle de Las Vacas. Tras los terremotos de Santa Marta que destruyeron parcialmente la ciudad de Santiago de los Caballeros, el 29 de julio de 1773, hoy Antigua Guatemala.

El Presidente de la Real Audiencia de Guatemala, Don Martín de Mayorga, propone trasladar la Ciudad. A partir de esta fecha, tras un sin fin de cruce de documentos entre las autoridades locales y la corona, finalmente, el 21 de septiembre de 1775, el Rey Carlos III emitió el Reglamento de Traslación de la

ciudad al Valle de la Virgen o de la Ermita, después de haberse realizado estudios pertinentes, que incluían los valles de Jumay y de Jalapa.

Tras promulgarse el traslado, el 2 de enero de 1776, los miembros del Ayuntamiento celebran la primera sesión bajo la sombra de unos ranchos de palmas contruidos frente a la iglesia de lo que es hoy la Parroquia, al inicio de la Avenida de los Árboles, en la zona 1.

Es así como, por Real Cédula dada en Aranjuez el 23 de mayo de 1776 y promulgada aquí el 22 de octubre de ese mismo año, la ciudad que se fundó recibió a partir de entonces el título de Nueva Guatemala de la Asunción, mandándose a la vez que quedasen abolidos todos los nombres y títulos que hasta aquel día se habían usado.

Con el traslado de la ciudad se ordena también que se instalen aquí el capitán general, los tribunales reales, las órdenes religiosas, la universidad, la catedral Metropolitana y gran cantidad de vecinos. Se inicia así la Nueva Ciudad de Guatemala.

## **1.6. Departamentos o Dependencias de la Institución**

### **1.6.1. Gerencia de desarrollo Social**

- Dirección de Revitalización Barrial.
- Dirección de Desarrollo Social.

### **1.6.2. Gerencia de Operaciones**

- Dirección de Infraestructura vial.
- Dirección de Agua y Saneamiento.

### 1.6.3. Gerencia administrativa

- Dirección de planificación administrativa.
- Dirección de Informática.
- Dirección de Administración.

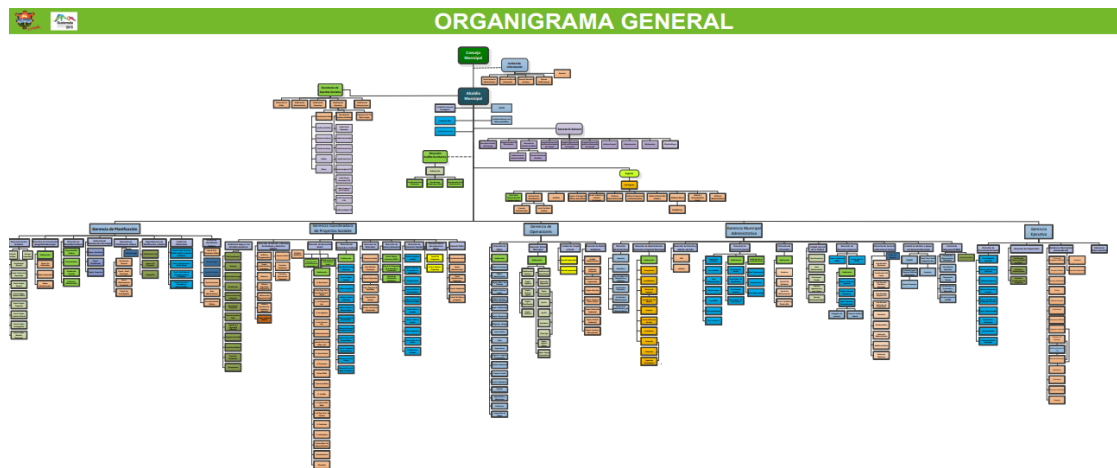
### 1.6.4. Direcciones Independientes

- Dirección de Comunicación.
- Dirección de Planificación y Diseño Urbano.

### 1.6.5. Unidades independientes

- Unidad de Recursos Humanos.
- Unidad Financiera.

## 1.7. Organigrama



**Fuente:** Página oficial Municipalidad de Guatemala.

## 1.8. Misión

Somos la Dirección de la Municipalidad de Guatemala encargada de crear y administrar el Sistema de Información Geográfica Municipal para dar soporte al desarrollo del municipio.

## 1.9. **Visión**

Ser un referente nacional en la administración de información geográfica municipal que a su vez contribuye al desarrollo sostenible del Municipio de Guatemala.

## 1.10. **Objetivos institucionales**

Con el objetivo de descentralizar los servicios municipales para los vecinos del área norte de la Ciudad, en el mes de enero de 2012, por iniciativa del señor alcalde Álvaro Arzú, se implementó la Regencia Norte y así mejorar la cobertura en las zonas 17, 18, 24, 25.

Para la administración municipal, los vecinos y las organizaciones comunitarias son aliados estratégicos. Al fortalecer la comunicación con las alcaldías auxiliares y el equipo de trabajo de la Regencia, se ha permitido identificar las aspiraciones y necesidades de las comunidades, y es por ello por lo que se cuenta con programas y proyectos que buscan dignificar a los residentes de estas zonas. (Regencia Norte, s.f.)

## 1.11. **Público Objetivo**

Los usuarios que residen en las zonas que la municipalidad de Regencia Norte tiene a su cargo, en este caso serían zona 17, 18, 24, 25. Hombres y mujeres que utilicen la red social de *Facebook* y sigan la página institucional para poder establecer comunicación y así obtener los resultados del diagnóstico realizado.

## 1.12. **Diagnóstico**

“Por diagnóstico nos referimos a una forma de estudio que se lleva a cabo para conocer las tendencias y aspectos de una situación” (“Diagnóstico” (s/f.), 2020)

Es un tipo de análisis que se ejecuta con el fin de conocer cómo se encuentra el objeto de estudio.

Diagnóstico de Comunicación para la Municipalidad de Guatemala, Regencia Norte, la institución se encuentra cerrada y todo el personal trabaja por medios virtuales lo cual hace no se puedan llevar a cabo varios proyectos que el área de comunicación que se tenían planificados.

Por medio de una entrevista realizada al Orifiel Dueñas director el área de comunicación de la Municipalidad, Regencia Norte se logró identificar la falencia que llevan desde hace tiempo y por el cual la imagen de la municipalidad se ha visto afectada, siendo culpados por la falta de agua en algunas zonas que tienen a su cargo.

Se observó en la página de *Facebook* de la institución y de las alcaldías auxiliares que son guiadas por Regencia Norte; Varios comentarios de usuarios molestos e inconformes por la falta del agua en algunas áreas, opacan algunas de las campañas o segmentos educativos que esta posee con el fin de entretener y mantener a los seguidores al tanto de las actividades que realizan.

El Director de comunicación de esta institución menciona que existen usuarios que están organizados con el fin de comentar sobre este tema y comentar de manera negativa sobre labores positivas que se realizan para beneficiar a varias comunidades y son publicadas en la página de *Facebook* para que los usuarios estén enterados.

### **1.12.1 Objetivo del diagnostico**

Observar los problemas que posee la Regencia Norte de la Municipalidad de Guatemala respecto a su imagen externa y los problemas de respuesta en su página de *Facebook*. Es importante que este problema mejore para que los usuarios y vecinos que residen en las zonas que la institución tiene a su cargo tengan una buena imagen y así tener una mejor aceptación con relación a todas las actividades positivas que esta posee.

Evaluar si la implementación de vías privadas de comunicación con los usuarios respecto a los problemas presentados sobre la falta de agua y la inquietud de muchos usuarios se beneficiaría por tratarse el problema de manera personal y no se vería afectada la imagen de Regencia Norte en su página institucional, se fortalecería la comunicación de manera individual.

### 1.12.2. Objetivo general

- Detectar problemas externos que afecta la imagen de la página de *Facebook* de Regencia Norte.

### 1.12.3. Objetivo específico

- Analizar la imagen de la municipalidad ante los usuarios que siguen la página.
- Evaluar si la comunicación que se brinda a los usuarios en la página es la adecuada.
- Definir si se le está dando seguimiento a los problemas detectados en la página de *Facebook*.

## 1.13. **Técnicas de Recolección de datos**

### 1.13.1. **Técnicas**

La presente investigación se realizó utilizando un enfoque de estudios cualitativo con la que se consigue obtener visión más clara y profunda de lo que se estudia, la investigación se respalda en las fortalezas de cada método utilizado en este caso, cualitativo. (Viteri, 2012)

Según (Sampieri, 2014) el tipo cualitativo es aquel que se orienta para poder comprender los fenómenos, examinándolos desde el punto de vista de cada uno de los contribuyentes en un ambiente natural y en la concordancia con el contenido que es mostrado.



El tipo de enfoque cualitativo es el apropiado cuando su único fin es examinar la manera en que las personas descubren y experimentan los efectos que están en su ambiente.

A continuación, mencionaremos las técnicas de recolección de datos:

- Observación: Investigación metodológica, que se encarga de estudiar las características de los objetos.
- Recopilación documental: Es la que directamente se logra por medio de documentaciones que hablen sobre hechos que ocurrieron con anterioridad.
- Entrevistas: Esta técnica se utiliza para recopilación de información o datos importantes a través de pláticas interpersonales, con la creación de preguntas y respuestas en el cual se comenta sobre un tema determinado.
- Encuestas: Técnica que se utiliza para recopilar información en la cual el investigador indaga haciendo preguntas para obtener la información que se desea obtener.

### 1.13.2. Instrumentos

Esta investigación se está realizando con el apoyo de varios instrumentos que se utilizan con el fin de obtener información necesaria para el desarrollo de la misma: Fichas bibliográficas, de análisis, de resumen y comentarios, para la realización de resumen de información obtenida, y apuntes de registro y datos que forman parte de la investigación.

### 1.13.3. Población y muestra

#### 1.13.3.1. Población

La Municipalidad de Guatemala Regencia Norte está conformada por empleados y ellos tienen a su cargo las zonas 17, 18, 24 y 25 con un universo de 495,430.

### 1.13.3.2. Muestra

La muestra que se llevara a cabo en la investigación ser hará de forma aleatoria, se realizara una encuesta a los usuarios que siguen a la página de Regencia Norte para lograr saber más sus opciones respecto al tema del agua.

### 1.13.1. Observación

La observación es un instrumento que es capaz de definir los acontecimientos de una índole, de manera prudente evalúa el comportamiento como lo es cuantificar, describir, y analizar.

“ Se inicia con la fase de la observación, donde el sujeto conocedor (científico) entra en contacto con el fenómeno, y sabe de él algo, algo que lo induce a continuar buscando; en un segundo gran momento, supone de ese fenómeno cierto nivel de verdad”. (Ruiz, 2007)

#### 1.13.1.1. Tipos de Observación

- **Observación simple o no estructurada**

En la observación científica simple el investigador se limita a relatar los testimonios que encuentra de su propia mano.

- **Observación sistemática o estructurada**

En la observación científica sistemática ya posee una limitación en la organización a diferencia de la observación simple, a ese punto, ya se tiene claro cuáles serán los aspectos que se observarán.

- **Observación participativa o interna**

El observador se involucra en conjunto con su objeto de estudio. Por medio de esta observación es factible que se desarrolle con éxito una investigación a profundidad sobre un determinado tema.

- **No participativa o externa**

El investigador no se tiene relación con el objeto de estudio, ni se ve involucrado.

Puede esta observación ser de carácter continuo, por medio del manejo de herramientas de recaudación de experiencias, ya sea con entrevistas o encuestas.

- **Observación individual**

En la observación individual solo se tiene la participa una investigación, este observa de manera minuciosa, examina los datos recabados de la observación y establece el ya estudiado oportuno de una investigación.

- **Observación grupal**

En la observación grupal participan varios investigadores, los cuales observan diferentes etapas y puntos de vista al objeto que se estudia, luego, comparten los resultados que cada uno logro obtener, y que se necesitan entre sí.

Se presentará un cuadro de cotejo con la ficha de observación que se realizó con el fin de comprender cuál es el estado actual de la institución.

Este diagnóstico de observación fue realizado con la ayuda de Orifiel Dueñas quien es director del área de comunicación de Regencia Norte.

<b>Ficha de observación</b>	<b>Sí</b>	<b>No</b>
¿Ante la emergencia del COVID-19 se encuentran laborando desde la empresa?		<b>X</b>
¿Los proyectos que se tenían planificados se están llevando a cabo en su mayoría?	<b>X</b>	
¿Siguen laborando desde casa?	<b>X</b>	
¿Han podido llevar a cabo todas las actividades que se tenían planificadas de manera virtual?		<b>X</b>

**Fuente:** Elaboración Propia.

La Municipalidad de Regencia Norte se encuentra en una situación emergencia por el tema de la pandemia, el personal se encuentra laborando a través de medios digitales desde casa, intentado así llevar acabo muchas de las actividades que ya se tenían planificadas con anterioridad en la página de *Facebook*.

A través de la observación en su página de *Facebook* se logró comprender de una manera superficial como es su comunicación externa.

Página de *Facebook* Regencia Norte.

<b>Desempeño</b>	<b>Sí</b>	<b>No</b>
Son activos en su página de <i>Facebook</i> .	<b>X</b>	
Hay interacción de los usuarios que siguen la página hacia los <i>post</i> que realizan.	<b>X</b>	
Poseen comentarios negativos de parte de los usuarios.	<b>X</b>	
Responden a los comentarios negativos.		<b>X</b>

**Fuente:** Elaboración Propia.

Se logró identificar que la página se mantiene actualizada y activa, los usuarios reaccionan a las publicaciones, pero también se identificaron falencias en comentarios negativos acerca de la falta de agua en algunas áreas los cuales han sido ignorados y no se les ha dado seguimiento.

### 1.13.2. Actitud pasiva

La institución tomo como medida preventiva el cierre temporal de la empresa y se lograron organizar por atreves de plataformas digitales.

### 1.13.3. Actitud activa

Al continuar con las normas establecidas y asumir la situación de la mejor manera optaron por enviar al personal a casa y seguir trabajando desde ahí por medio de plataformas virtuales y así lograr llevar acabo muchas de las actividades que ya se tenían planificadas, acoplándose a las nuevas formas de trabajo.

### 1.13.2. Documentación

Los resultados obtenidos de la observación que fue realizada en la Municipalidad de Regencia Norte se encuentran que poseen Pagina web (Guatemala, Dirección de Información Geográfica, s.f.) En la cual tienen información sobre los proyectos que poseen y los que están en desarrollo.

Este sitio, ofrece información sobre actividades educativas, información importante para los que residen en la ciudad capital, realización de pagos, los servicios que ofrecen, proyectos, información sobre cada alcaldía auxiliar y mini Munis.

Se observó respecto a la problemática del agua y a los usuarios que siguen la página de *Facebook* en área de opinión hay muchos comentarios negativos al respecto. Sobresale: el problema de falta de agua que demuestran inconformidad de los vecinos que mencionan que no arreglan tuberías, no solucionan falta de agua en dichas zonas y eso afecta su imagen como institución.

<b>Comunicación Interna</b>	Debido a la pandemia el personal de la institución no puede llevar a cabo proyectos ya que se encuentran laborando desde casa.
<b>Redes sociales para el uso del departamento de Comunicación Social</b>	En la municipalidad de Regencia norte cuentan con página oficial de <i>Facebook, Instagram, youtube</i> , las cuales se mantienen en constante movimiento, pero la de <i>Youtube</i> no se ha logrado dar seguimiento debido al COVID-19

### 1.13.3. Entrevistas de profundidad

En la entrevista realizada al director de comunicación se lograron encontrar algunas de las necesidades que tiene la institución para seguir trabajando desde casa ya que poseen muchas actividades y segmentos que deben llevarse a cabo.

También se indicó que mediante su página de *Facebook* lleva se realizan de manera virtual algunos segmentos que antes eran presenciales con el fin de seguir motivando

a los usuarios y que las personas que estaban antes interesadas en las actividades no pierdan el interés.

Orifiel Dueñas, director del área de comunicación menciona “En la empresa tenemos muchos problemas, pero un problema que sobre sale en nuestra página de Facebook son los comentarios de algunos usuarios molestos por la falta de agua en algunas áreas. Culpando a la municipalidad por ello, sin siquiera saber que eso es un problema mundial, y se trabajando en solucionar dicho problema”.

#### 1.13.4. Encuestas

La encuesta se hará de manera mixta y el método estadístico se realizó para que la investigación sea totalmente cuantitativa, esta examinara a los usuarios de la red social de *Facebook*.

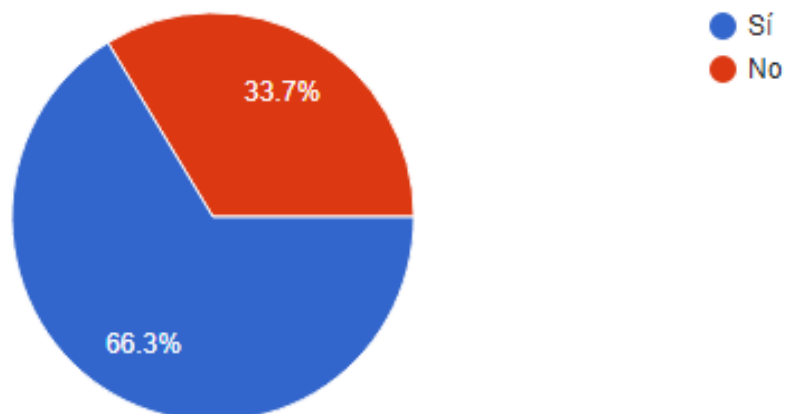
La encuesta se realizó a los usuarios que interactúan con la página de *Facebook* de la municipalidad de Regencia Norte ya que son ellos el grupo objetivo que nos brindaran resultados que son de ayuda para el desarrollo de las estrategias de comunicación, las encuestas se realizaron por medio de formularios de *google*, por medio de esta plataforma se realizan de manera virtual a través de un enlace.

## 1.14. Interpretación de resultados (Graficas)

Grafica No. 1

¿Posee depósito de agua?

83 respuestas



**Total, encuestados:** 83 colaboradores.

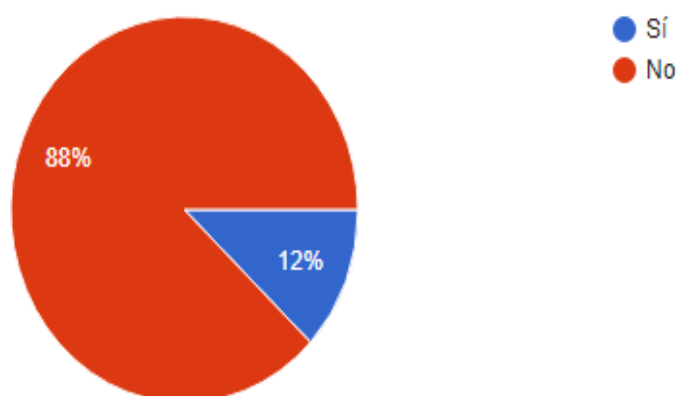
**Fuente:** Elaboración propia.

El 66.3% equivalente a 53 encuestados que poseen depósito de agua ya que esto les ayuda cuando el servicio de agua es inconstante y llega solo a ciertas horas del día, por otra parte, el 33.7% equivalente a 27 encuestados están los que no poseen.

## Grafica No. 2

¿Cómo vecino, opina usted que todas las personas de la comunidad hacen uso responsable del recurso del agua?

83 respuestas



**Total, encuestados:** 83 colaboradores.

**Fuente:** Elaboración propia.

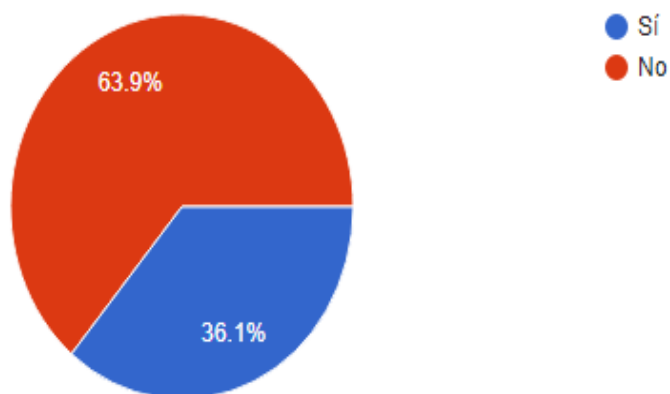
El 88% equivalen a 74 encuestados, opinan que muchos vecinos que viven en su comunidad no hacen uso responsable del agua, y solo al 12% equivalen a 6 encuestados, les parece pertinente tomar medidas para que se emplee el uso razonable del agua y no se vean afectados a falta de este líquido vital.



### Grafica No. 3

¿Considera usted que el servicio y calidad del agua satisface las necesidades de los vecinos?

83 respuestas



**Total, encuestados:** 83 colaboradores.

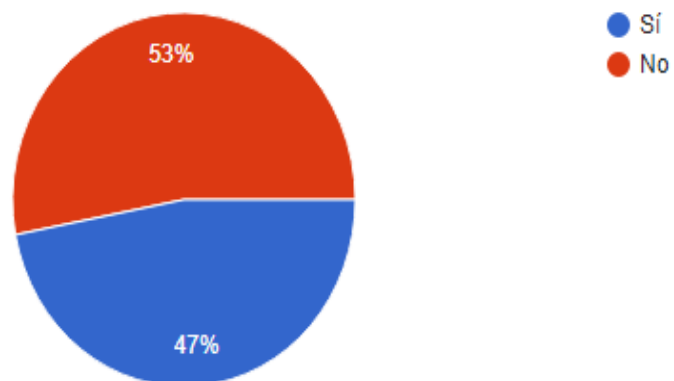
**Fuente:** Elaboración propia.

El 63.9% equivalen a 51 encuestados que considera que el servicio de agua y la calidad son escasas y no satisface a sus necesidades, y el 36.1% equivalen a 29 encuestados que considera que si satisface sus necesidades. Éste estudio logrará que la municipalidad pueda tomar cartas en el asunto para suministrar de mejor manera el agua y que todos puedan tener acceso a este servicio.

Grafica No. 4

¿Se ha visto en la necesidad de solicitar el servicio de pipa de agua por escases/falta de servicio de agua potable?

83 respuestas



**Total, encuestados:** 83 colaboradores.

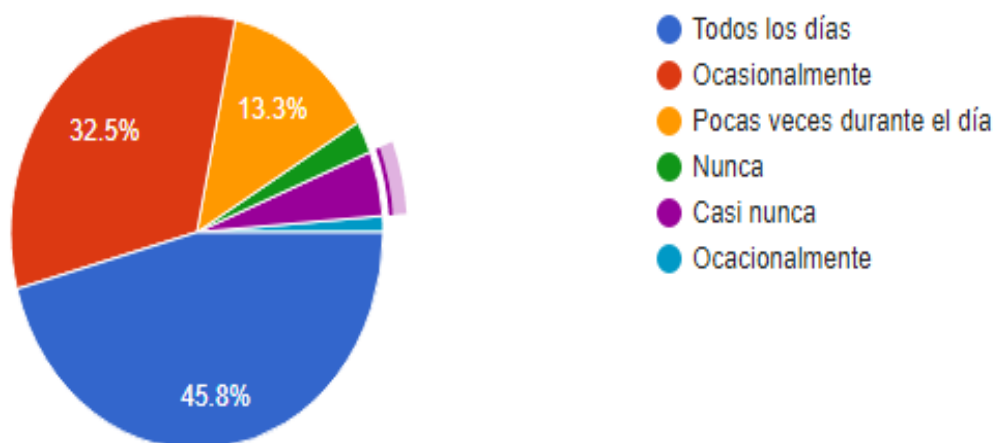
**Fuente:** Elaboración propia.

El 47% equivalen a 38 vecinos, responden que han tenido la necesidad de solicitar servicio de agua por la escasez de agua potable, y el 53% equivalen a 42 encuestados que no han tenido la necesidad de solicitar este servicio.

Grafica No. 5

¿Con qué frecuencia tiene agua en su casa?

83 respuestas



**Total, encuestados:** 83 colaboradores.

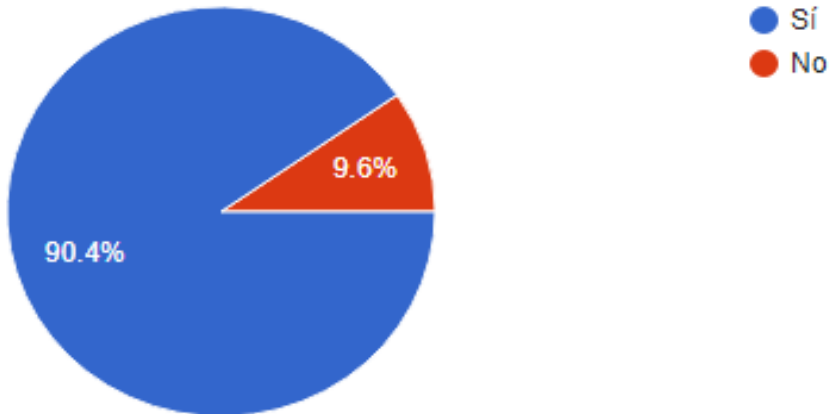
**Fuente:** Elaboración propia.

La mayoría de los usuarios constató que si poseen agua con el 45.8% equivalen a 37 encuestados que poseen agua en sus hogares todos los días, lo que hace ver que la falta de agua es para un grupo reducido de personas que sería un 32.5%, equivalen a 26 encuestados que tienen un servicio inconstante, y el 10, 13.3% con un horario establecido en el cual llega agua.

Grafica No. 6

¿Alguna vez escuchó de algún problema con el agua?

83 respuestas



**Total, encuestados:** 83 colaboradores.

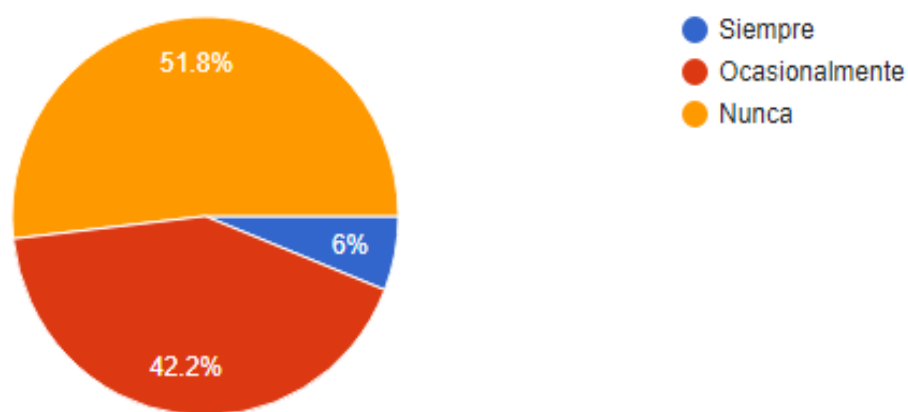
**Fuente:** Elaboración propia.

La mayoría de encuestados respondieron que sí, el 90.4% equivalen a 72 encuestados que han escuchado problemas respecto al agua, es importante informar que el problema del agua no recae en la municipalidad de Regencia Norte ni en las alcaldías auxiliares, el tema de falta de agua es un problema mundial que afecta a todos de cierta forma, es por eso que hay que educar e informar mediante la página institucional a todos los usuarios, brindándoles datos importantes, consejos, y videos creando conciencia, solo el 9.6% equivalen a 8 encuestados no ha escuchado ningún problema con el agua.

Grafica No. 7

¿Con qué frecuencia obtiene información del uso y cuidado del agua de parte de las autoridades?

83 respuestas



**Total, encuestados:** 80 colaboradores.

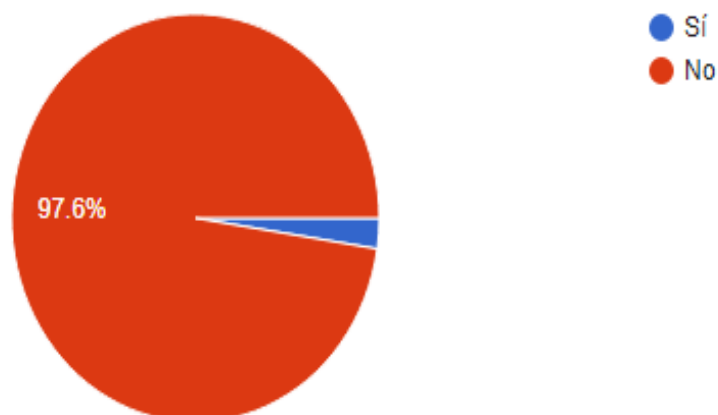
**Fuente:** Elaboración propia.

El 42.2% equivalen a 34 encuestados respondieron que nunca reciben información sobre el uso y cuidado de parte de las autoridades de la municipalidad de Regencia Norte, el 51.8% equivalen a 42 encuestados respondieron que recibían información ocasionalmente y solo el 6% equivalen a 5 encuestados indicaron que siempre. Es necesario que la institución mediante su página cree contenido informativo de este tipo ya que su imagen está siendo afectada por no informar y verse involucrados en la problemática.

## Grafica No. 8

¿Arroja basura, desechos, sustancias químicas, entre otros a los cuerpos de agua?

83 respuestas



**Total, encuestados:** 83 colaboradores.

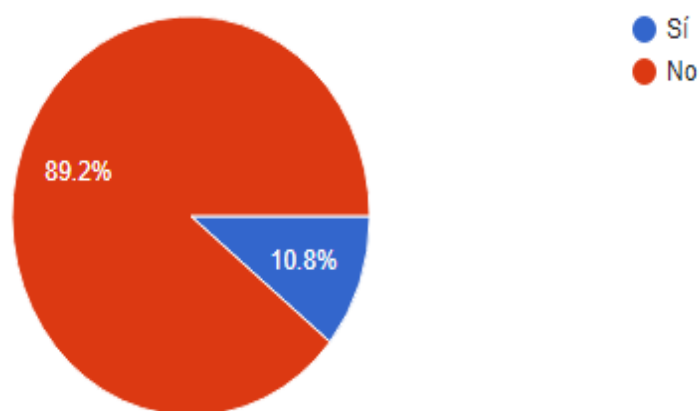
**Fuente:** Elaboración propia.

el 97.6% equivalen a 78 personas que toman medidas adecuadas al tratarse de este líquido vital que al final le sirve a todo ser humano, es importante tener buenas costumbres y ser responsable ya que reduce el riesgo de que en un futuro no solo persista este problema si no que el agua no sea apta para ser utilizada.

### Grafica No. 9

¿Sabe de alguna acción tomada por parte de las autoridades respectivas para solucionar el tema del agua?

83 respuestas



**Total, encuestados:** 83 colaboradores.

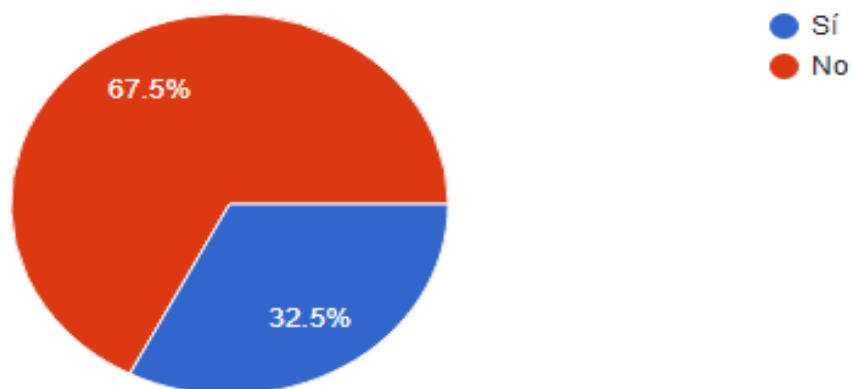
**Fuente:** Elaboración propia.

El 89.2% equivalen a 71 encuestados respondió que no saben qué acciones toma la municipalidad de regencia norte respecto al problema del agua, solo el 10.8% equivalen a 9 encuestados indicaron que si saben las medidas que toma la municipalidad hacia estos problemas.

## Grafica No. 10

¿Sabe usted el motivo real que causa la falta de agua?

83 respuestas



**Total, encuestados:** 83 colaboradores.

**Fuente:** Elaboración propia.

El 67.5% equivalen a 54 usuarios responden que desconocen el motivo de la falta del agua, y el 32.5% equivalen a 26 encuestados que conocen el motivo. Es importante informar a los vecinos de las comunidades que regencia norte tiene a su cargo sepan el porqué de estos problemas, pero más allá de eso, que están haciendo ellos para solucionarlo.



## 1.15. FODA

FODA son siglas que significan el estudio de las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas de una compañía, institución o a un individuo ya que puede estudiado en varias situaciones en el cual se desee un análisis.

Es importante mencionar que, el FODA es un instrumento clave en el manejo de planificación ya que tomara como beneficio un método de negocios dándole impulso a la sigla "oportunidad" obteniendo resultados reales de cómo se encuentra la empresa y así planificar estrategias que serán de apoyo más adelante.

(Riquelme Leiva, 2016), menciona que, un FODA se realiza con el fin de crear estrategias que solidifican a lo largo del tiempo ya que el FODA es una herramienta útil que todo personal que esté a cargo de una empresa debe tomar en cuenta para lograr éxito en ella.

Fortalezas	Oportunidades
<p>Control de cada una de las alcaldías auxiliares a su cargo.</p> <p>Contribuye al desarrollo de las zonas que se encuentran ubicadas en el norte oriente de la ciudad de Guatemala zona 17,18, 24 y 25.</p> <p>Cuentan con una red social que se mantiene en constante interacción <i>Facebook</i>.</p> <p>Creación de contenido virtual educativo e interactivo.</p> <p>Velan por el orden y el bienestar interno de la institución.</p>	<p>implementación de un sistema adecuado para la interacción en redes sociales.</p> <p>Creación de un contenido adecuado con base a la emergencia del covid-19 para mantener informada a la población de su área.</p> <p>Fortalecimiento de la gestión municipal de manera externa.</p>
Debilidades	Amenazas
<p>La imagen de la municipalidad se ve deteriorada por factores externos.</p> <p>Inconformidad en las redes sociales por falta de agua en algunas áreas.</p> <p>Por la emergencia del covid-19 la institución se encuentra cerrada y se trabaja vía online.</p> <p>por emergencia del covid-19 se ven afectados varios proyectos comunicacionales.</p>	<p>Pérdida de la credibilidad de su grupo objetivo ante la institución.</p> <p>La falta de comunicación o interacción en las redes sociales al momento de que los usuarios emiten comentarios.</p> <p>Debido a la crisis sanitaria que se está viviendo actualmente muchos de los programas están viéndose afectados en el momento de la ejecución.</p>

### **1.16. Problemas Detectados**

Debido a la Emergencia del COVID-19 que se ha estado sobrellevando actualmente ellos se han visto en la necesidad de implementar nuevas medidas de comunicación para algunos de los proyectos, pero existen otros proyectos en los cuales han tenido problemas para poder llevarlas a cabo como estaba previsto.

En la página de Facebook existe un tipo de ‘organizaciones’ que están creadas con el fin de crear desorden y polémica respecto a la falta de agua en algunos lugares por lo que todo lo bueno que se desarrolla o se publica en la página es opacado por los comentarios sobre este tema.

### **1.17. Planteamiento del problema comunicacional**

Actualmente, las redes sociales brindan a los usuarios interacción e información que se desea transmitir, *Facebook* es una red social en la cual se permite la creación de páginas institucionales entre otras.

La municipalidad de Regencia Norte tiene su página institucional lo cual es útil ya que es una herramienta funcional a la hora de querer interactuar con los usuarios que residan en las zonas en las cuales la institución tenga a su cargo, hay varios factores que son importantes al momento de tener una página de Facebook institucional en este caso se debe empezar por transmitir la información de manera clara y concisa.

Regencia Norte tiene a su cargo además de la página oficial de las alcaldías auxiliares que están por la zona, estas poseen varios segmentos informativos sobre salud, educación entre otros, pero en la mayoría de casos la página se ve afectada por las quejas y los malos comentarios que se hacen visibles en este sitio sobre la inconformidad de los usuarios hacia la falta de agua en algunos sectores.

Por esta razón se quiere crear una estrategia comunicacional para ayudar a disminuir esa idea en la que se responsabiliza en su totalidad a la municipalidad por el problema

mencionado anteriormente, ya que se quiere manejar de otra manera la imagen que se tiene por lo que el problema del agua.

Se quiere lograr cambiar la perspectiva con la que la gente ve este problema y así mismo crear consciencia del uso de agua, junto con ello una campaña comunicacional en la cual se expongan la manera en que la municipalidad de Regencia Norte ha estado trabajando en los programas sobre el desarrollo del agua.

Así mismo que se demuestre el por qué hace falta y como se ha ido implementado para dar a conocer ante los usuarios que sí se está tratando de resolver el problema. Con esto surge la interrogante: ¿cómo fortalecer la imagen pública en la red social de *Facebook* de Regencia Norte?

### **1.18. Indicadores de Éxito**

La implementación de un plan comunicacional para el fortalecimiento de la imagen de la municipalidad a través de la red social de *Facebook* hará que los usuarios mantengan una imagen positiva de la institución, esto de la mano del equipo de comunicación ya que son los que se encargan de manejar la página.

La institución brindo información que servirá de apoyo para conocer a profundidad los proyectos que se realizaran en un futuro, muchas veces se ha tenido la intención de llevar a cabo varios cambios, al final únicamente se queda como idea y nunca se logran ejecutar.

La creación de video conferencias que se harán con el fin de comunicar y crear conciencia sobre lo importante que es cuidar este recurso vital y que se puede hacer para educar a todos en casa.

La creación de post informativos e interactivos con el fin de comunicar acerca de la problemática del agua y educar a las personas en cómo hacer mejor uso de ella,

proporcionando ideas para cuidar el agua en su comunidad de manera en que todos los vecinos sean más consientes.

Recomendación sobre implementación de Messenger como plataforma de comunicación será de beneficio porque es un canal en el cual se creará limpieza de mensajes negativos que de alguna manera afectan la imagen de la página de la institución, al realizar dicho cambio también se estaría respondiendo de forma privada y personalizada a las personas que lo necesiten.

Objetivos Específicos (Resultados)	Meta	Indicador	Fuente de Verificación	Supuesto
Una serie de post informativos y videos de motivación para seguir los consejos y de reforzamiento de imagen acerca del cuidado de agua potable.	Reforzar la imagen de la página de regencia norte con la implementación de canales de información adecuados para los usuarios.	Reacciones positivas hacia las videoconferencias post informativos y videos de la página ya que los usuarios hacen comentarios positivos y reciben de buena manera los consejos que se les brindan.	Contenido adecuado, dar seguimiento de los mensajes que envían los seguidores Seguir creando campañas informativas.	Encargado de llevar la página de <i>Facebook, community manager.</i>

**Fuente:** Elaboración propia.

### 1.19. Proyecto a desarrollar

Diagnóstico y estrategia de comunicación externa respecto al tema del agua potable en la Municipalidad de Guatemala Regencia Norte.

## Capítulo 2

### 2. Plan estratégico de comunicación

En la Municipalidad de Regencia Norte se realizó un trabajo de investigación en el cual se recolectaron datos como grupo objetivo, objetivos, estrategias, políticas y acciones en las estrategias de comunicación que ayudaran al progreso de la página oficial de Regencia Norte. El plan Estratégico estará aplicado por medio de fases, anteriormente se tiene que diagnosticar y posteriormente se diseñan estrategias que contribuyan al cumplimiento de metas y objetivos de forma exitosa.

#### 2.1. Descripción técnica de la estrategia del proyecto

Las técnicas que apoyaran a la ejecución del plan comunicacional de forma externa harán que se logren resultados satisfactorios y para el desarrollo de están se utilizara: Observación y las encuetas.

Por medio de los resultados obtenidos a través de la página de la institución se llevará a cabo tres estrategias, las cuales se harán por medio externo brindándole información con la que los usuarios no cuentan con normalidad, se quieren hacer post informativos describiendo datos curiosos y de interés para los usuarios.

Se realizarán consejos semanales en los cuales se brindarán *tips* para que las personas que pongan en práctica estos consejos puedan beneficiarse ahorrando agua y sobre todo educarse y educar a los demás en el hogar. Así mismo, se harán videos de los mismos residentes de las zonas que Regencia Norte tiene a su cargo con el fin de hacer conciencia a los usuarios y que se motiven a cuidar este recurso vital.

También se realizarán video conferencias semanales con invitados que hablen temas de interés siempre sobre el tema del agua y medio ambiente para dar consejos, *tips* y estas videoconferencias de alguna forma serán más interactivos, se harán por medio de la

plataforma de zoom con invitados de la misma zona en las cuales se está realizando la investigación.

## **2.2. Objetivos de la Estrategia**

Se Realizan con el fin de lograr en un tiempo determinado lo que se desea llevar a cabo en la Municipalidad de Regencia Norte, se comprobará la importancia de estos.

### **2.2.1. Objetivo General**

- Promover de manera efectiva la comunicación en la municipalidad de Regencia Norte, para fortalecer su imagen en su página de *Facebook* y otros medios virtuales.

### **2.2.2. Objetivos Específicos**

- Mejorar la comunicación brindando un servicio eficiente a los usuarios que interactúan con la página y dar pronta solución a los problemas.
- Lograr la implementación de medios de comunicación efectivos para fortalecer la imagen de la página institucional, entre ellos las videoconferencias.

## **2.3. Misión**

Lograr una comunicación efectiva con los usuarios de la página de Regencia Norte la cual es encargada de crear y administrar el Sistema de Información Geográfica Municipal para dar apoyo al desarrollo de las zonas que tiene a su cargo

## **2.4. Visión**

Ser un referente para los usuarios de la página ya que esta contribuye al desarrollo y bienestar de la comunidad.

## **2.5. Elementos comunicacionales que según su diagnóstico aplicará**

### **2.5.1. Comunicación**

Con el paso del tiempo la comunicación ha sido parte importante de toda relación humana, este progreso ha ofrecido nuevas plataformas y al mismo tiempo, nuevos aspectos para examinar el término comunicación; esto quiere decir que la comunicación parte en dos su enfoque dependiendo el contexto desde el cuál ésta sea visto "El mercado actual de la comunicación -es decir, el ámbito de producción, circulación y consumo de bienes simbólicos- abarca numerosas actividades de distintos tipos que, al colocar a la capacidad comunicativa inherente a la especie como principal fuerza productiva, requiere de una formación profesional cada vez más amplia y, a su vez, específica". (Rosario, 2015)

La comunicación no solo ha requerido una sucesión de progresos en el tema de la tecnología y herramientas para la expansión de información, de alguna manera ha empujado a la elaboración de modo más específica de quienes vayan a utilizarla, claro está que es imposible no tomar en cuenta la comunicación en cualquier aspecto del día a día.

"El tema clave es que mientras que los medios de masas son un sistema de comunicación de un sentido único, el proceso de comunicación real no lo es, sino que depende de la interacción del emisor y el receptor en la interpretación del mensaje. Los investigadores han encontrado pruebas de la importancia de lo que denominan la "audiencia activa". (Manuel, 2000)

Castells realiza una afirmación importante, en esta aclara que no todos los impactos que se producen son audiencia activa, se puede decir que es una de las nuevas maneras que ha elegido la comunicación con el manejo de la tecnología y se esta debe ser examinada de manera cautelosa, el mensaje con facilidad podría llegar a miles de personas, y no por eso se va a transmitir de la forma debida o será entendida de la manera en la cual se espera.

### **2.5.2. Teoría Funcionalista**

El funcionalismo es conocido por ir de la mano de los procesos de comunicación social y por estudiar de qué manera el receptor entiende el mensaje, depende el contexto del que se hable,

así es como lo cita Agudo Terrón en su libro "el funcionalismo concibe los procesos sociales y las funciones que los configuran sobre la base de un modelo general del equilibrio y el control. Toda dinámica social se articula sobre un modelo de estructura que presupone un reparto de funciones dirigido a su mantenimiento o perpetuación. En términos estrictos, el funcionalismo es una teoría de la causalidad de los procesos sociales, es decir, se centra en las relaciones causa-efecto de los acontecimientos sociales entendidos como cadenas de procesos, obviando con ello otros aspectos de la vida social (simbólicos, éticos, culturales, etc.) (Aguado Terrón, 2004).

Lo que quiere decir el autor es que el funcionalismo orienta su estudio a la causa y efecto que se encuentra en cada individuo con el contexto social en el cual este esté introducido.

### **2.5.3. Tipos de Comunicación**

La comunicación posee un proceso en la que la entrega del mensaje hay tipos de comunicación, en los cuales se encuentran la comunicación verbal y no verbal, la comunicación para verbal la cual ayudan que la comunicación se haga de manera clara ya sea de una persona a otra o a un grupo.

(Prieto, 2001) Expone los tipos de comunicación que existen, Por ejemplo, esta la comunicación verbal que es la que se usa en el lenguaje para comenzar una conversación y que se logre transmitir el mensaje que se desee y de esa forma obtener respuestas que tenga información útil, para lograr una comunicación efectiva algunos factores importantes son el saber escuchar, escribir, leer y que el mensaje sea emitido de forma clara y concisa.

La comunicación verbal es la que se muestra a través de gestos, posturas, expresiones y movimientos que refuerzan a la interpretación de la comunicación. Esta posee mecanismos fisiológicos que hace que la comunicación no verbal sea emitida de una forma adecuada como lo es la respiración, la sudación, el flujo sanguíneo, la activación muscular y las palpitaciones.



En la comunicación para verbal se transmite el mensaje de una forma correcta, ya que debe ser transmitido de una manera clara y concisa, en el caso de que se busque obtener una respuesta se debe asegurar de tener la fluidez adecuada, la voz, las perturbaciones del habla y que la velocidad sea la ideal para que el mensaje pueda ser entendido de la mejor manera.

#### **2.5.4. Elementos de la comunicación**

**Emisor:** Individuo, empresa o departamento la cual comienza con la transmisión comunicacional y esto se logra a través de un canal se da el mensaje y este llega a un grupo de personas, el mensaje que se emite es interpretado en un código cultural y social.

**Receptor:** Individuo, empresa o departamento al cual es entregado un mensaje, este cumple una función inversa al del emisor ya que el receptor debe interpretar lo que el emisor le quiso comunicar. Hay dos tipos de receptores: pasivo y activo. El pasivo que solamente toma el mensaje y el activo que no es solo el que lo recibe, sino que también es el encargado de guardarlo, percibirlo y expone una respuesta.

**Mensaje:** Conjunto de información que transfiere el emisor y es tomada por el receptor, dentro de una empresa o una institución como lo es una municipalidad puede llegar a ser un mensaje que brinde ordenes, ideas, solicitudes, dudas, rumores.

**Fuente:** Una fuente es el sitio del cual proviene la información recolectada.

**Código:** Conjunto de reglas que han sido establecidas en cada uno de los sistemas de símbolos y signos que el emisor usara para transmitir el mensaje, siendo establecido cultural y socialmente para su mejor entendimiento.

**Canal:** a través del cual es emitido el mensaje creando así un vínculo con el emisor y receptor, el canal puede ser artificial o natural, el canal de voz es natural, al contrario del que se utiliza en la radio es artificial.

Retroalimentación o respuesta: Es la respuesta que se obtiene del mensaje anteriormente enviado, se puede dar en caso de no recibir una respuesta al mensaje ya que de ser de esa manera el mensaje solo fue recibido pero se queda paralizada la comunicación.

Contexto: cuando se habla de contexto el mensaje debe ser emitido de manera en la que tenga concordancia con el tema del cual se está hablando, esto le da valor al mensaje en el entorno, histórico, físico, social, político, cultural.

Se le llama al contexto también al conjunto que están alrededor de los procesos comunicativos, existen varios contextos los cuales son, cultural, comunicacional, signito. (Velásquez López, 2012)

#### **2.5.5. Comunicación Eficiente**

Esta fase conocida como 7C's:

- Claridad.
- Credibilidad.
- Contenido.
- Contexto (inherente y sin distractores).
- Continuidad y consistencia.
- Capacidad de auditorio: considerada capacidad de recepción y decodificación del mensaje.
- canales de comunicación: factible para el mensaje a transmitir.

#### **2.5.6. Comunicación Organizacional**

Conjunto de normas que establece dentro de la municipalidad de Regencia Norte las actividades que se realizaran, se concretan con la autodeterminación estratégica y ambiente con el fin de proporcionar aspectos básicos que el análisis pasa desapercibido; cómo, cuándo y porqué, unión del personal, desenvolvimiento laboral y se motiva al personal de la institución.

Se dice también que, la comunicación organizacional es un conjunto de herramientas y actividades que son guiadas con el propósito de acelerar y facilitar la comunicación que se tiene entre los trabajadores de la institución.

Por otro lado, influye en las actitudes, conductas y opiniones de grupos internos, como de externos de la institución esto con el propósito de que se cumplan con los objetivos de servicio, radica en la emisión y recepción de los mensajes entre una complicada organización en este caso de la municipalidad de Regencia Norte.

La comunicación organizacional posee dos representaciones:

- **Comunicación Interna:** todos los mensajes que se emitan serán para el personal que labora dentro de la institución, esto con el propósito de motivar a los trabajadores.
- **Comunicación Externa:** Como menciona, (Ávila González, 2004) los mensajes que sean enviados serán para público externo, estos mensajes se adaptaran dependiendo el grupo objetivo de cada institución, esto va dirigido a vecinos, embajadas, proveedores, entre otros.

La municipalidad de Regencia Norte debe buscar que la comunicación con todos sus empleados sea activa con el fin de integrarlos operativamente y dar la opción de tener áreas en donde se puedan discutir los problemas para poder darles solución entre todos los trabajadores y de esta forma se cree más productividad. (Rebeil Corella, 2008)

Es importante mencionar que en la comunicación externa de Regencia Norte están los usuarios que siguen la página y las personas que viven en el área que la institución tiene a su cargo y por lo tanto están al tanto de las noticias que se emiten en *facebook*.

### **2.5.7. Organización Funcional**

Se emplea al inicio de cada una de las labores que le son asignadas a un departamento de la municipalidad y que este sea el encargado de la realización de varias actividades que tengan relación.

Las empresas pequeñas acostumbran a dar una línea escasa de servicios o productos y estos son aprovechados de forma especializada, siempre usándolas de una manera fácil y así lograr utilizarlas en lo que sea necesario. (Pérez Rivera, 2006)

### **2.5.8. Efectos de la comunicación**

Usuarios y empleados que son el grupo objetivo son los que están expuestos a lo que comunica la municipalidad; estos mensajes pueden o no tener aceptación, el mensaje puede ser interpretado de manera positiva en cuanto a su percepción, ya que forma su punto de vista.

Las actitudes del trabajador municipal son influenciadas por la comunicación que se brinda dentro del área de trabajo, se modifican; la condición, el conocimiento, sus emociones, reacciones y comportamiento en el momento en que se brinda un servicio al usuario y estos efectos actitudinales dependen a cargo de unos a otros.

### **2.5.9. Internet**

Se define por Internet el sistema público de redes de computación que permite la transmisión de información entre usuarios, así como también todos los medios de información interactivos y redes electrónicas.

“de forma simplista, podemos decir que Internet es una gran red de redes que permite la intercomunicación de redes y computadores de todo tipo mediante el uso de protocolo TCP/IP, sobre el que se implementan numerosos servicios para transmitir información”. (Talens, 1998)

### 2.5.10. Las Redes Sociales

Las redes sociales pueden considerarse como las grandes impulsoras de la actividad en Internet durante la última década. En la actualidad, este término es conocido por toda persona que haya tenido contacto con un ordenador, pero lo cierto es que las redes sociales han existido desde el momento en que las personas comenzaron a relacionarse entre sí.

“Es la red como plataforma, que abarca todos los aparatos conectados; las aplicaciones de Web 2.0 son las que mejor sacan provecho de las potencialidades de esa plataforma: el software como un servicio en continua actualización y que mejora conforme se usa, consumiendo y mezclando datos de múltiples fuentes, incluidos los usuarios individuales, que aportan sus propios datos y servicios de tal forma que permiten la re- utilización por los demás, creándose así efectos de red mediante una arquitectura de participación” (Yus Ramos, 2010)

Como conclusión, el autor menciona que una red web es una plataforma que indaga para conservación conexiones, esta es una plataforma creada con el fin de crear “conexiones sociales “conexiones sociales”, de una manera rápida y clara.

También ponen a disposición de los anunciantes un espacio dentro de su plataforma, para que estos coloquen sus anuncios a cambio de una prestación dineraria. Por otro lado, los anunciantes han encontrado en las redes sociales un nuevo canal de publicidad para hacer llegar sus anuncios a una gran cantidad de personas. En el sistema económico actual, cualquier medio resulta valioso para ofrecer publicidad y las redes.

#### 2.5.10.1. Red Social *Facebook*

*Facebook* es una red social que influye de manera masiva en internet, induce relación con amistades, seguidores en páginas de marcas conocidas y que se quieren dar a conocer, noticias, promociones, que ocasionan que sea un medio grande de comunicación masiva. Esta red social influye en toda persona que interactúe en ella, también es utilizada por marcas para pautar sobre el productos o servicios que ofrezcan.

"*Facebook*, como plataforma, es un lugar que da diversos espacios para ser llenados con contenido variado. Más allá de algunas adaptaciones que el usuario pueda hacer a su gusto o con fines específicos, estos espacios no son maleables ni versátiles, sino que, muy por el contrario, son áreas predeterminadas y pre configuradas". (Piscitelli Alejandro, 2010)

Esta red social ha logrado que la cantidad de seguidores crezca día con día y también ha conseguido que estos usuarios se adapten a las reglas establecidas creando así un comportamiento restringido.

La red social de Facebook ha sido una plataforma que ha causado revolución entre los usuarios los cuales aún no han logrado comprenderla del todo, en la red social se ven usuarios desde menores de edad hasta adultos mayores que la utilizan como una herramienta de comunicación instantánea, entretenimiento y comercio, se puede decir que gracias a todas estas funciones que la plataforma ofrece esta se mantiene activa y cada día aumenta más la cantidad de usuarios que desean utilizarla.

#### **2.5.11. Videoconferencia**

La videoconferencia se transmite por medio de comunicación visual entre dos o más usuarios, sin importar en donde se encuentren ubicados, la transmisión posee audio y se transmite totalmente en vivo

Para lograr una videoconferencia efectiva, se requiere de computadora, dispositivos móviles inteligentes y navegadores. Esta va dirigida desde un pc simple a un método de tele presencia, esta es una instrumento actual de comunicación de alta tecnología para poder aumentar la eficiencia en las empresas, negocios, instituciones, entre otros, con el fin de optimizar y acelerar los procesos de toma de decisiones y que se reduzcan gastos ya que es una opción que se puede realizar desde cualquier sitio.

Los beneficios de realizar videoconferencias son:

- Fácil de usar
- Ahorra tiempo
- seguridad
- Herramientas de colaboración

## **2.6. Alcances y límites de la Estrategia**

### **2.6.1. Alcances**

Llegar a cada persona que labore en el área de comunicación de la Municipalidad de Regencia Norte y los usuarios que siguen la página oficial de *Facebook* de la institución, alcanzando el objetivo de abordar las necesidades que estos posean, en este caso informar sobre el problema de la falta de agua potable en las zonas que Regencia Norte tiene a su cargo y de esa manera lograr la solución de los inconvenientes.

### **2.6.2. Límites**

El que los usuarios no se involucren en las soluciones que se están dando en la página de Facebook y se reciban más comentarios negativos que positivos, y que la estrategia de comunicación se vea afectada y no se desarrolle según como se planifico.

Como consecuencia de COVID -19 no se podrán realizar la campaña de comunicación en las fechas establecidas ya que en la municipalidad de Regencia Norte se encuentran atrasados con varios proyectos que se tiene para beneficiar los vecinos de algunas zonas respecto al tema del agua, pero de igual forma la campaña se realizara en los meses próximos.

No aprueban publicar los artes debido a que ellos poseen una programación y en este caso las estrategias se llevaran a cabo más adelante cuando ellos consideren conveniente, por lo tanto, se realizara todo desde mi *Facebook* personal. Se autorizó la ejecución del proyecto, pero de forma privada.

## 2.7. Metodología para la aplicación de la Estrategia Comunicación

Con base al diagnóstico se utilizó un enfoque de estudios mixtos, debido a que se realizó encuestas, entrevistas, y fichas de observación, en este caso se utilizaron método cualitativo y cuantitativo.

### 2.7.1. Método

La estrategia recae con fortalecer la imagen de manera externa de la municipalidad de Guatemala Regencia Norte a través de la página de *Facebook*, se busca educar a los usuarios por medio de video conferencias, *posts*, videos creando una campaña así para cuidar el agua por que como se ha mencionado antes los comentarios más frecuentes y negativos son la falta de agua.

para reforzar la imagen de la municipalidad de Regencia Norte y con los resultados obtenidos de las encuestas se realizaran video conferencia con invitado para hablar solo un tema que tenga que ver con el uso responsable del agua, esto hará que más personas se involucren y que disminuya la perspectiva de que a Regencia Norte no le importan sus comentarios, al contrario se quiere hablar del tema para reformar imagen y que vaya en conjunto con la construcción de nuevos pozos en algunas colonias.

Para potenciar la estrategia digital de Facebook se propone realizar afiches y videos que promuevan el uso consiente del agua para que todos los que cuentan y los que contarán próximamente con este servicio una vez la municipalidad de inicio a realización de nuevos pozos hagan uso responsable de este líquido vital para las personas.

Como una acción que involucrara a los vecinos de diferentes zonas se elaboraran videos de ellos mismos dando su opinión acerca de por qué es importante cuidar el agua, entre otros. Los mismos vecinos de las zonas envíen mensajes y que otros puedan verlos y se sientan motivados y sobre todo identificados y con ganas de aplicar ciertas prácticas, es necesario que se involucre a equipo de trabajo, pero también a los mismos vecinos que son los que siguen la página de Regencia Norte.



Todas estas estrategias en conjunto hacen que la campaña sea más completa y lo más importante se involucre en realizar estas acciones de cambio, pero sobre todo que puedan darse cuenta que Regencia Norte está interesada en construcción de pozos, informar y educar.

## 2.8. Actividades para la Operatividad de la Estrategia

Desarrollo de cada una de las actividades que se realizaran para reforzar la imagen de la página oficial de Facebook de la municipalidad de Regencia Norte.

### 2.8.1. Propuesta 1 Video conferencia.

- Video Conferencia vía zoom: Con el fin de informar a personas que viven en las zonas que Regencia Norte tiene a su cargo para reforzar la estrategia que se realizará en la página de *Facebook* con post.
- se realizará con un grupo de 8 personas un plan piloto por medio de zoom para elaborar posteriormente conferencias, se realizó un plan y en conclusión se seguirá con los zoom los meses siguientes.

### 2.8.2. Propuesta 2 Post para Redes Sociales.

- Post para *Facebook* página Regencia Norte  
**De información:** Datos curiosos sobre el agua y datos importantes.  
**De consejos:** Para educar a los usuarios y dar a conocer formas de reciclar el agua de una manera inteligente, cuidar el agua y como se puede ayudar a la comunidad.

### 2.8.3. Propuesta 3 Video para concientizar.

- Video corto Informativo: Para generar conciencia y de reforzamiento de imagen.

## 2.9. Cronograma

Cronograma de etapas de ejecución del plan de comunicación que se llevará a cabo de manera externa en la página oficial de la Municipalidad de Regencia Norte.

No.	Objetivo	May.	Jun.	Jul.	Ago.	Sep.	Oct.	Nov.	Dic.
1	Detectar los medios de comunicación que existen en la municipalidad de Regencia Norte.								
2	Observación de manera externa en la página oficial de la municipalidad de regencia norte.								
3	Detectar problemas en la página que afecten la imagen de la institución.								
4	Encuesta vía telefónica al director del área de comunicación Orifiel Dueñas se realizó con el fin de identificar problemas de comunicación externa.								
5	Encuestas de profundidad hacia los usuarios de la página de regencia norte que residen en las zonas que la institución tiene a su cargo para recabar datos más exactos.								
6	Realización de Cronograma de Actividades.								
7	Realización de <i>copy</i> para los <i>posts</i> .								
8	Diseño de <i>posts</i> informativos, para publicar en la red social de <i>Facebook</i> .								
9	Video conferencias								
10	Video Informativo y de reforzamiento de imagen								

**Fuente:** Elaboración Propia.

## 2.10. Financiamiento

El financiamiento es destinado a la realización del plan de comunicación el cual será proporcionado por la Estudiante Ana Lucía Rodríguez Álvarez.

## 2.11. Presupuesto

Presupuesto de la implementación del plan de comunicación.

Objetivo	Actividad	Total
1	Asesoría de comunicación.	Q.14,000.00
2	Cronograma de publicaciones de la red social de <i>Facebook</i> para mejorar la imagen de la página respecto a problemática del agua.	Q. 1,500.00
3	Afiches para postear en <i>Facebook</i> sobre la estrategia de comunicación para reforzamiento de imagen.	Q. 3,000.00
	<b>Total</b>	Q. 18,500.00

## 2.12. Beneficiarios

Se beneficia de manera interna a trabajadores del área de comunicación que participan en el desarrollo de la página de Regencia Norte, y a los usuarios que siguen la página ya que son los que están interesados de las iniciativas que la municipalidad brinda en sus zonas a toda aquella persona que resida en zona 17,18 ,24 y 25.

## 2.13. Recursos Humanos

- Doctor José María Torres.
- M.A. Evelin Morazán.
- Director. Orifiel Castañeda.
- Licenciado. Mynor Martínez

## 2.13. Áreas Geográficas de Acción

El plan de comunicación externo se llevará a cabo a través de la página oficial de Regencia Norte, este plan de comunicación externa se desarrollará por medio de post informativos mediante la página de la institución.

Regencia Norte tiene a su cargo las Alcaldías Auxiliares de las zonas 17, 18, 24 y 25 esto quiere decir que todo lo que se realice en la página oficial de esta institución ira de la mano de las Alcaldías mencionadas anteriormente.

## 2.15. Cuadro Comparativo de la Estrategia

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

Actividad o producto comunicacional	Objetivos específicos	Presupuesto	Recursos humanos	Área geográfica de impacto	Beneficiarios	Fecha de ejecución
Realización de Cronograma de Actividades	Mejorar la comunicación brindando un servicio eficiente a los usuarios que interactúan con la página y dar pronta solución a los problemas.	Q.300.00	Investigador: Ana Lucía Rodríguez Álvarez	Página Oficial de <i>Facebook</i> Regencia Norte.	Trabajadores y usuarios de la página oficial de <i>Facebook</i> de Regencia Norte.	02.08.2020.
Realización de <i>copy</i> para los post para la página de <i>Facebook</i> .	Lograr la implementación de medios de comunicación efectivos para fortalecer la imagen de la página institucional.	Q.100	Investigador: Ana Lucía Rodríguez Álvarez	Página Oficial de <i>Facebook</i> Regencia Norte.	Trabajadores y usuarios de la página oficial de <i>Facebook</i> de Regencia Norte.	05.08.2020.
Diseño de posts informativos, para publicar en la red social de Facebook	Lograr la implementación de medios de comunicación efectivos para fortalecer la imagen de la página institucional.	Q.100.00	Investigador: Ana Lucía Rodríguez Álvarez	Página Oficial de <i>Facebook</i> Regencia Norte.	Trabajadores y usuarios de la página oficial de <i>Facebook</i> de Regencia Norte.	24.08.2020.
Video conferencias por vía zoom con invitados	Lograr la implementación de medios de comunicación efectivos para fortalecer la imagen de la página institucional.	Q.100.00	Investigador: Ana Lucía Rodríguez Álvarez	Página Oficial de <i>Facebook</i> Regencia Norte.	Trabajadores y usuarios de la página oficial de <i>Facebook</i> de Regencia Norte.	29.08.2020.
Video informativos y de reforzamiento de Imagen	Lograr la implementación de medios de comunicación efectivos para fortalecer la imagen de la página institucional.	Q.300.00	Investigador: Ana Lucía Rodríguez Álvarez	Investigador: Ana Lucía Rodríguez Álvarez	Trabajadores y usuarios de la página oficial de <i>Facebook</i> de Regencia Norte.	28.08.2020

## Capítulo 3

### 3. Informe de ejecución

#### 3.1. Estrategia # 1 Video Conferencias Informativas

##### 3.1.1. Objetivo de la actividad

Video conferencias que concienticen y toquen el tema del cuidado del agua para que los vecinos de las zonas que Regencia Norte tenga a su cargo puedan tener consciencia de lo importante que es cuidar este servicio. Se realizó un plan piloto con 8 personas para elaborar posteriormente La videos-conferencia, se realizó hizo el plan y se programaron y se darán vía zoom los meses siguientes.

##### 3.1.2. Público objetivo

Pobladores de las zonas 17, 18, 24 y 25 de la ciudad capital, Amas de casa que son las que lamentablemente más se preocupan en el hogar, en limpieza, en bañar a los niños, entre otras tareas de la casa.

##### 3.1.3. Medio utilizado

Redes sociales, en este caso se utilizó la red social de *Facebook* de Regencia Norte

##### 3.1.4. Área geográfica de impacto

Zonas 17, 18, 24 y 25, usuarios que siguen a la página de *Facebook* Regencia Norte y las alcaldías auxiliares que Regencia tiene a su cargo.

##### 3.1.5. Presupuesto invertido en esta acción

Acción	Costo	Elaborado
Video conferencia por vía zoom.	Q.100.00	Por la estudiante María de Los Ángeles Ponce Sosa.

## Comprobación de material (pantallazo y links)

### Video conferencia por medio de zoom

### Viernes 28 de agosto de 2020



**CONFERENCIA**

Hora: 3:00 pm  
Día: Viernes 28 de Agosto  
Vía Zoom  
Link en la descripción

**El involucramiento de los jóvenes en el cuidado del agua.**  
Por la conferencista **María de los Angeles Ponce Sosa.**



**EL INVOLUCRAMIENTO DE LOS JÓVENES EN EL CUIDADO DEL AGUA**

Usted está silenciado. Presione Shift+Command+A para cancelar silenciar el micrófono o presione y mantenga presionada la tecla

Nalu

**Fuente:** Elaboración Propia.

Tema: El involucramiento de los jóvenes en el cuidado del agua.

Hora: 28 agosto 2020 03:00 PM Guatemala

Unirse a la reunión Zoom

<https://us04web.zoom.us/j/75725040620?pwd=d1dpZTIBQzVRanZPZU9Oc09qdmJIUT09>

ID de reunión: 757 2504 0620 Código de acceso: 2ERtS

## 3.2. Estrategia #2 Posts Informativos

### 3.2.1. Objetivo de la actividad

Los Post Informativos se realizarán con el fin de informar y educar a los seguidores de la página, en esta hay dos secciones las cuales son: datos curiosos sobre el agua y consejos de cómo cuidar y ahorrar el agua de una mejor manera, son prácticas que se deben aplicar para lograr crear consciencia y que poco a poco esas acciones las apliquen.

### 3.2.2. Público objetivo

Pobladores de las zonas 17, 18, 24 y 25 de la ciudad capital, Amas de casa que son las que lamentablemente más se preocupan en el hogar, en limpieza, en bañar a los niños, entre otras tareas de la casa.

### 3.2.3. Medio utilizado

Redes sociales, en este caso se utilizó la red social de *Facebook* de Regencia Norte.

### 3.2.4. Área geográfica de impacto

Zonas 17, 18, 24 y 25, usuarios que siguen a la página de *Facebook* Regencia Norte y las alcaldías auxiliares que Regencia tiene a su cargo.

### 3.2.5. Presupuesto invertido en esta acción

Acción	Costo	Elaborador
Posts informativos y de consejos.	Q.100.00	Por la estudiante Ana Lucía Rodríguez Álvarez.

## Comprobación de material (pantallazo y links)

Lunes informativo 24 de agosto del 2020	Miércoles de consejo 26 de agosto del 2020
 <p>Nalu Rodriguez 26 de agosto a las 22:56 · 🌐</p> <p>¡Cuidar el agua es tarea de todos!</p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Toma baños de 8 min. Como máximo.</li><li>2. No utilices mangueras, se desperdicia mucha agua.</li><li>3. Lava tu auto con cubeta ... Ver más</li></ol> <p>Muni Guate Regencia Norte</p> <p><b>5</b> BUENAS PRÁCTICAS PARA AHORRAR AGUA</p> <p>Agua en tu casa</p>	 <p>Nalu Rodriguez 28 de agosto a las 14:15 · 🌐</p> <p>#consejitoDeLaSemana</p> <p>Aplicamos este consejo cada día para ahorrar más agua y cuidar este líquido vital.</p> <p>Muni Guate Regencia Norte</p> <p>CONSEJO DEL DÍA AL CAPILLARTE, UTILIZA UN VASO DE AGUA PARA REDUCIR EL DESPERDICIO.</p> <p>Agua en tu casa</p>

Fuente: Elaboración Propia.



### **3.3. Estrategia # 3 Video Creando conciencia y de Reforzamiento de Imagen**

#### **3.3.1. Objetivo de la actividad**

Con los videos se quiere crear conciencia como se ha hecho en los post informativos y de consejos para seguir la misma línea, pero en este caso los video son de personas que residen en las zonas que regencia norte tiene a su cargo.

#### **3.3.2. Público objetivo**

Pobladores de las zonas 17, 18, 24 y 25 de la ciudad capital, Amas de casa que son las que lamentablemente más se preocupan en el hogar, en limpieza, en bañar a los niños, entre otras tareas de la casa.

#### **3.3.3. Medio utilizado**

Redes sociales, en este caso se utilizó la red social de *Facebook* de Regencia Norte.

#### **3.3.4. Área geográfica de impacto**

Zonas 17, 18, 24 y 25, usuarios que siguen a la página de *Facebook* Regencia Norte y las alcaldías auxiliares que Regencia tiene a su cargo.

#### **3.3.5. Presupuesto invertido en esta acción**

<b>Acción</b>	<b>Costo</b>	<b>Elaborador</b>
Video creando conciencia y de reforzamiento de imagen.	Q300.00	Por la estudiante Ana Lucía Rodríguez Álvarez.

## Comprobación de material (pantallazo y links)



Fuente: Elaboración Propia.

Link: <https://www.facebook.com/NaluRodriguez24/>

### 3.4. Actividades y calendarización

Universidad de San Carlos de Guatemala																																									
Escuela de Ciencias de la Comunicación																																									
Cronograma de actividades de EPSL 2020																																									
Primera parte de inicio Mayo hasta octubre del 2020																																									
No.	Actividad	Meses																																							
		Mayo					Junio					Julio					Agosto					Septiembre					Octubre					Noviembre					Diciembre				
Semanas		S1	S2	S3	S4	S5	S1	S2	S3	S4	S5	S1	S2	S3	S4	S5	S1	S2	S3	S4	S5	S1	S2	S3	S4	S5	S1	S2	S3	S4	S5	S1	S2	S3	S4	S5	S1	S2	S3	S4	S5
1	Detectar los medios de comunicación que existen en la municipalidad de Regencia Norte																																								
2	Observación de manera externa en la página oficial de Regencia Norte																																								
3	Encuesta vía telefónica al director del área de comunicación Orifiel Dueñas, Se realizó con el fin de identificar problemas de comunicación externa																																								
4	Detectar problemas en la página y que afecten la imagen de la institución.																																								
5	Encuestas de profundidad hacia los usuarios de la página de Facebook de Regencia Norte.																																								
6	Realización de Cronograma de Actividades.																																								
7	Realización de <i>copy</i> para los post para la página de Facebook.																																								
8	Diseño de posts informativos, para publicar en la red social de Facebook.																																								
9	Video conferencias por vía zoom con invitados.																																								
10	Videos informativos y de reforzamiento de Imagen																																								
11	Proceso de entrega de papelería para completa la Inscripción del EPS-Licenciatura.																																								
12	Elaboración, revisión y entrega de evaluación de la fase de: <b>Diagnóstico de comunicación.</b>																																								
13	Elaboración y entrega de la fase: <b>Plan de comunicación.</b>																																								
14	Ejecución de algunas estrategias del plan de comunicación.																																								
15	Entrega del informe de los 3 capítulos para revisión.																																								
16	Recepción y revisión final de informe final.																																								
17	Evaluación de los informes, presentaciones individuales.																																								
18	Impresión final de los informes empastado con CD'S.																																								
19	Finalización del EPS de Licenciatura- entrega de notas a Control Académico.																																								

## 4. Conclusiones

1. A pesar de la situación que existe actualmente en el país por la pandemia COVID-19, esta investigación logro obtener información y crear un plan de comunicación con estrategias que ayuden al fortalecimiento de imagen de la Municipalidad de Guatemala Regencia Norte.
2. La institución debe seguir detectando problemas que afecten su imagen como una institución que trabaja por el desarrollo del municipio.
3. Se debe seguir analizando la imagen de la Municipalidad de Regencia Norte ante los vecinos y usuarios que siguen su página de *Facebook*.
4. Seguir transmitiendo información que a los vecinos les sea adecuada y útil.
5. Se deben seguir recabando información sobre las problemáticas que posea la institución, debido a que muchas personas perciben que la Municipalidad no tiene interés en crear cambios a beneficio del pueblo.
6. Es importante la utilización de todos los medios de comunicación para lograr un mejor servicio que no solo beneficiaría a Regencia Norte sino también a los vecinos y usuarios de la página de Facebook.
7. La institución posee las herramientas adecuadas para el desarrollo de proyectos que ayuden a los vecinos a mejorar su calidad de vida.

## 5. Recomendaciones

Como estudiante de la Escuela de Ciencias de la Comunicación recomiendo lo siguiente:

1. Implementar *Messenger* como medio de comunicación para los usuarios.
2. Utilizar los pilares de comunicación, haciendo uso de las herramientas adecuadas para descentralizar todas las quejas en el área de opiniones, con esta recomendación se quiere brindar otro medio de comunicación en el cual pueda ser más personalizada y que los mensajes de cualquier tipo puedan ir dirigidos ahí para no saturar el área de opiniones que tiene *Facebook*.
3. Se recomienda realizar campañas que traten el tema del agua para mejorar la comunicación con los vecinos y que estén empapados sobre este tema de importancia.
4. Se recomienda seguir informando y educando a aquellas personas a través de la página institucional.

## 6. Fuentes de consulta

### Bibliografía

1. Aguado Terrón, J. M. (2004). *Introducción a las Teorías de la Información y la Comunicación*. Departamento de Información y Documentación Facultad de Comunicación y Documentación Universidad de Murcia.
2. Ávila González, R. (2004). *Crítica de la comunicación organizacional*.
3. Guatemala, M. d. (s.f.). *Dirección de Información Geográfica*. Obtenido de Dirección de Información Geográfica: <http://www.munigate.com/direccion-de-informacion-geografica/>
4. Guatemala, M. d. (s.f.). *Historia de la Nueva Guatemala de la Asunción*. Obtenido de Historia: <http://www.munigate.com/historia/>
5. Guatemala, M. d. (s.f.). *Mini Munis*. Obtenido de Mini Munis: <http://www.munigate.com/mini-munis/>
6. Manuel, C. (2000). *La era de la información: economía, sociedad y cultura; La sociedad Red* (Vol. Vol. I). (T. p. Jesus., Trad.) Cambridge, Massachusetts, Estados Unidos.: Blackwell Publishers Inc.
7. Pérez Rivera, M. R. (2006). *Modelo de gestión de comunicación para el cambio organizacional en Guatemala, Tesis de Licenciatura en ingeniería industrial*. Guatemala: universidad de San Carlos de Guatemala.
8. Piscitelli Alejandro, A. I. (2010). *El proyecto Facebook y la pos universidad. Sistemas operativos sociales*.
9. Prieto, G. B. (2001). *Comunicación eficaz. Ediciones pirámide*.
10. Rebeil Corella, A. (2008). *Comunicación estratégica en las organización*. México, Editorial Trillas.
11. Riquelme Leiva, M. (Diciembre de 2016). *Una herramienta esencial para el estudio de la empresa*. Obtenido de <https://www.analisisfoda.com/>
12. Rosario, V. S. (2015). *Epistemología de la comunicación: una introducción crítica*. (1a ed. ed.). Rosario: UNR Editora: Editorial de la Universidad Nacional de Rosario, E-book.

13. Ruiz, R. (2007). *El método científico y sus etapas*. . Obtenido de (<http://www.index-f.com/lascasas/documentos/lc0256.pdf>, Ed.)
14. Sampieri, D. R. (2014). *Metodología de la investigación*. . Mc Graw- Hill / Interamericana Editores, S.A. de C.V.
15. Talens, S. y. (1998). *Internet redes de computadoras y sistemas de información*. Madrid: Editorial Paraninfo.
16. Velásquez López, S. E. (2012). *Diagnóstico del funcionamiento del departamento de relaciones públicas de la municipalidad de villa canales* . Guatemala, Guatemala: Universidad de San Carlos de Guatemala, Escuela de Ciencias de la comunicación.
17. Viteri, N. C. (2012). *LA INVESTIGACIÓN MIXTA, ESTRATEGIA. RES NON VERBA*.
18. Yus Ramos, F. (2010). *Ciber pragmática 2.0: nuevos usos del lenguaje en Internet*. en Planeta (ed.).

## E-grafía

1. (27 de julio de 2020). Obtenido de “Diagnóstico” (s/f.): <https://designificados.com/diagnostico/>
2. Guatemala, M. d. (s.f.). *Dirección de Información Geográfica*. Obtenido de Dirección de Información Geográfica: <http://www.muniguate.com/direccion-de-informacion-geografica/>
3. Guatemala, M. d. (s.f.). *Historia de la Nueva Guatemala de la Asunción*. Obtenido de Historia: <http://www.muniguate.com/historia/>
4. Guatemala, M. d. (s.f.). *Mini Munis*. Obtenido de Mini Munis: <http://www.muniguate.com/mini-munis/>
5. Riquelme Leiva, M. (Diciembre de 2016). *Una herramienta esencial para el estudio de la empresa*. Obtenido de <https://www.analisisfoda.com/>
6. Ruiz, R. (2007). *El método científico y sus etapas*. . Obtenido de (<http://www.index-f.com/lascasas/documentos/lc0256.pdf>, Ed.)
7. Regencia Norte. (s.f.). <http://www.muniguate.com/rn/quienes-somos/>. Obtenido de Muni Guate: <http://www.muniguate.com/rn/quienes-somos/>



## **ANEXOS**

# ANEXO 1: Diagnostico

## Página de Facebook Regencia Norte

**Regencia Norte**  
Municipalidad de Guatemala  
@RegenciaNorte · Organización gubernamental

Inicio Información Fotos Videos Más

Te gusta

### Información

Ver todo

Centro Comercial Los Alamos, km 4.5 carretera al Atlántico zona 18 502

Trabajamos con el propósito de brindarle al vecino acciones que puedan ofrecerle una mejor calidad de vida, a través de trabajos como: programas sociales, deportivos, educación, reordenamiento vial, transporte, entre otros.  
#JuntosLogramosMás

36.017 personas les gusta esto, incluidos 72 de tus amigos

37.246 personas siguen esto

158 personas registró una visita aquí

Normalmente responde en algunas horas  
[Enviar mensaje](#)

**Cerrado ahora**  
08:30 - 17:00

Organización gubernamental · Servicio público · Municipalidad/Alcaldía

Crear publicación

Foto/video Estoy aquí Etiquetar amigos

Regencia Norte Municipalidad de Guatemala  
1 h ·

Las medidas de prevención deben continuar aplicándose para evitar contagios por #Covid19. Nuestro equipo realizó fumigación en el tramo del kilómetro 12 al 16, Bulevar Llano Largo, ruta al Atlántico.  
#AlcaldeQuiñónez #MuniGuate #RegenciaNorte #JuntosLogramosMás

## Fotos de los mensajes que constantemente recibe la Página de Facebook de Regencia Norte

The image displays five screenshots from a Facebook mobile application, arranged in a grid-like fashion. Each screenshot shows a different post or message related to water supply issues in Regencia Norte, Guatemala.

- Top Left Screenshot:** A post by Elid Mijangos from Regencia Norte, Guatemala, dated June 18. The text reads: "señores de EMPAGUA Y REGENCIA NORTE solicitamos su apoyo lo mas pronto posible, somos vecinos del sector 3 del cantón Las Pilas zona 24, lamentablemente nos brindan servicio de agua potable una vez por semana aproximadamente 2 horas, lo cual es muy poco y esta semana no tuvimos servicio y estamos completamente sin agua! favor atender los antes posible esta solicitud. att CUB sector 3 canton Las Pilas, Canalitos zona 24. — con Amelia R de Alvarez y 3 personas más". It shows 2 likes and options to like, comment, and share.
- Top Middle Screenshot:** A post by Juan Gonzáles from Regencia Norte, Guatemala, dated April 12. The text reads: "Buena tarde disculpe estamos sin agua en colonia el Carmen los pinos... Hasta cuando nos proporcionaran el vital líquido." It shows options to like, comment, and share.
- Top Right Screenshot:** A post by Perez Luis from Regencia Norte, Guatemala, dated April 10. The text reads: "Muchas colonias desde la Atlántida en adelante no cae agua desde hace varios días y si están apoyando sobre el corona virus creo que también s importante que vean que haya agua, ya que si o ese virus se propagara y muchos niños podrán fe". It shows options to like, comment, and share.
- Middle Left Screenshot:** A post dated April 10 with the text: "Muchas colonias desde la Atlántida en adelante no cae agua desde hace varios días y si están apoyando sobre el corona virus creo que también es importante que vean que haya agua, ya que si no ese virus se propagara y muchos niños podrán infectarse ya que no hay agua para lavado de ... Ver más". It shows options to like, comment, and share.
- Middle Right Screenshot:** A post by Vasquez Jenny from Regencia Norte, Guatemala, dated April 7. The text reads: "Necesitamos agua en la zona 18". It shows options to like, comment, and share.
- Bottom Left Screenshot:** A screenshot of the profile page for "Empagua", a local business. It shows the profile picture, name, and a "Te gusta" button. Below the profile, it says "A 4.376 personas les gusta esto" and has tabs for "Inicio", "Opiniones", "Fotos", and "Comunidad". A "Mensaje" button is visible at the bottom.
- Bottom Right Screenshot:** A notification or post snippet that says "Se mencionó a Regencia Norte Municipalidad de Guatemala en una publicación." Below it, a post by Alameda Cuatro from Regencia Norte, Guatemala, dated April 7, is visible. The text reads: "Regencia Norte Municipalidad de Guatemala Municipalidad de Guatemala Empagua". It shows options to like, comment, and share, and a "Mensaje" button at the bottom.

## Anexo 2

Encuesta 1.

**Entrevista a Usuarios que interactúan en la página de Facebook de Regencia Norte**



### **Encuesta 1 medio virtual**

Por medio de la plataforma formularios de google se realizara una encuesta a los usuarios de la red social Facebook.

1. ¿Posee depósito de agua?
2. ¿Cómo vecino, opina usted que todas las personas de la comunidad hacen uso responsable del recurso del agua?
3. ¿Considera usted que el servicio y calidad del agua satisface las necesidades de los vecinos?
4. ¿Se ha visto en la necesidad de solicitar servicio de pipa de agua por escases/falta de servicio de agua?
5. ¿Con que frecuencia tiene agua en su casa?
6. ¿Alguna vez escucho de algún problema con el agua?
7. ¿Con que frecuencia obtiene información del uso y cuidado del agua de parte de las autoridades?
8. ¿Cómo y qué medidas utilizaría usted para evitar la falta de agua?
9. ¿Arroja basura, desechos, sustancias químicas, entre otros a los cuerpos de agua?
10. ¿Qué está haciendo usted por su comunidad respecto al problema de agua?

### ANEXOS 3: Fichas de observación

Ficha de observación, comunicación de Regencia Norte.

<b>Ficha de observación</b>	<b>Sí</b>	<b>No</b>
¿Ante la emergencia del covid-19 se encuentran laborando desde la empresa?		<b>X</b>
¿Los proyectos que se tenían planificados se están llevando a cabo en su mayoría?	<b>X</b>	
¿Siguen laborando desde casa?	<b>X</b>	
¿Han podido llevar a cabo todas las actividades que se tenían planificadas de manera virtual?	<b>X</b>	

Página de Facebook Regencia Norte.

<b>Desempeño</b>	<b>Sí</b>	<b>No</b>
Son activos en su página de <i>facebook</i> .	<b>X</b>	
Hay interacción de los usuarios que siguen la página hacia los post que realizan.	<b>X</b>	
Poseen comentarios negativos de parte de los usuarios.	<b>X</b>	
Ocultan o responden los comentarios negativos para que los usuarios.		<b>X</b>

ANEXO 5: Publicaciones de la página de *Facebook* informativos

Post Informativos y consejos de agosto



Post Informativos y consejos de septiembre



Post Informativos y consejos de octubre



Post Informativos y consejos de noviembre

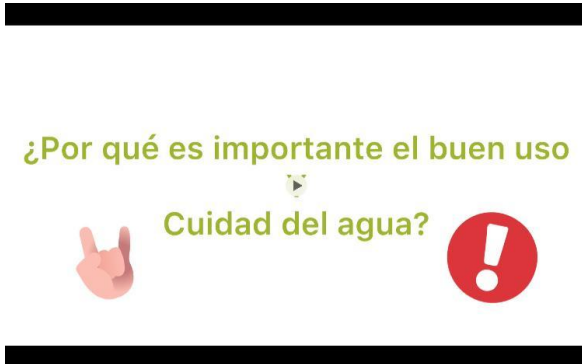


## Post informativos y consejos de diciembre





ANEXOS 5: Videos para página de *Facebook* Regencia Norte



## ANEXO 6: Cotizaciones

<b>Video conferencias vía zoom</b>			
<b>No.</b>	<b>Descripción de la acción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio</b>
1	Conferencia con temas de interés sobre el agua	5	Q.500.00
			Total Q. 500.00

<b>Post informativos y de consejos</b>				
<b>No.</b>	<b>Descripción del producto</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio unitario</b>	<b>Precio total</b>
1	Post informativos y de consejos (Material Digital)	9	Q.100.00	Q.900.00
			Total Q.250.00	

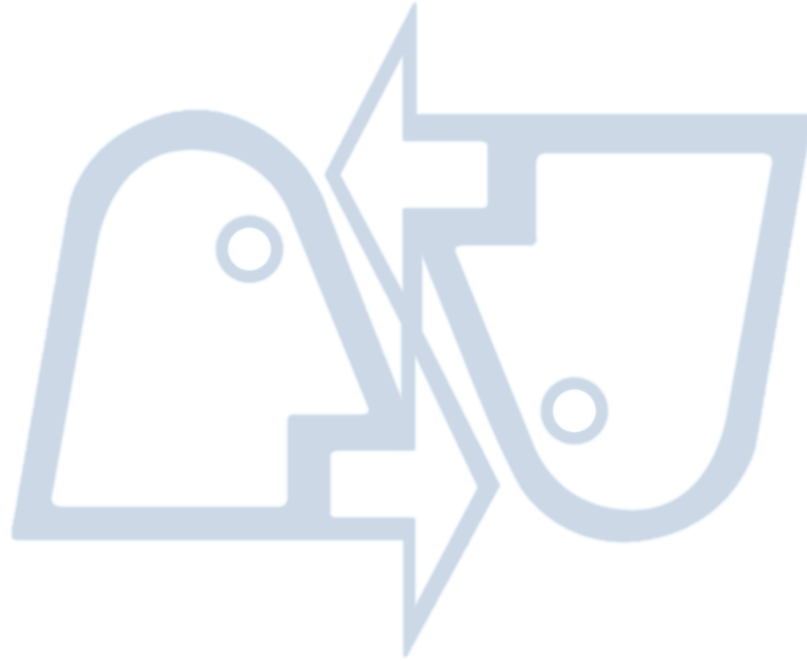
<b>Cotización de vídeos</b>					
<b>No.</b>	<b>Descripción del vídeo</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Duración</b>	<b>Precio de cada vídeo</b>	<b>Total de cada vídeo</b>
1	Vídeo creando conciencia	2	1 minuto c/u	Q.300.00	Q.600.00
2	Vídeo cuidado del agua	1	1 minuto c/u	Q.300.00	Q. 300..00
				Total en vídeos Q. 900.00	

## ANEXOS 7: Calendario de Actividades

### Calendario de actividades *Facebook* de Regencia Norte

PLANIFICADOR SEMANAL – MENSUAL						
	Post y Días	Lunes Informativo	Post y Días	Martes y Miércoles Consejos	Post y Días	Viernes Reforzamiento de Imagen
1.	Post- 24 de agosto	Infografía "5 Buenas prácticas para ahorrar agua"	Post- 26 de agosto	"Al cepillarte, Utiliza un Vaso de Agua para reducir el desperdicio de agua"	Videos- 28 de agosto	(video)
2.	Post- 7 de Septiembre	"5 tips para cuidar el agua"	Post- 15 de Septiembre	"Lava las frutas y verduras en un recipiente para evitar el desperdicio de agua" (típico)	Post- 25 de Septiembre	(video)
3.	Post- 5 de Octubre	Dato curioso "Sabías que solo el 2% del agua es para consumo humano"	Post- 14 de Octubre	¿Sabías que puedes utilizar el agua del último ciclo de tu lavadora para lavar tu auto, patio o garage?	Post- 23 de Octubre	(Imagen o videos)
4.	Post- 2 de Noviembre	Dato Curioso "Si arreglas las fugas de tu baño ahorraras 3000 litros de agua"	Post- 11 de Noviembre	"Riega tus plantas y jardín responsablemente, Utilizando sistemas de riego por goteo"	Post- 20 de Noviembre	(Imagen o video)
5.		No se puede postear	Post- 2 de Diciembre	"Si lavas tu ropa en la lavadora recuerda hacerlo con la carga completa así ahorraras agua y tiempo"		No se puede postear

VÍDEO CONFERENCIAS VÍA ZOOM		
Fechas	Tema	Conferencista
28 de agosto de 2020	El involucramiento de los jóvenes en el cuidado del agua.	María de los Ángeles Ponce Sosa
13 de septiembre de 2020	Consejos para cuidar el agua en el hogar.	Falta asignar
11 de octubre de 2020	3 manualidades que ayudaran a ahorrar agua en casa (niños).	Victoria Archila
15 de noviembre de 2020	Salud y Seguridad en la familia.	Víctor
13 de diciembre de 2020	Medidas de higiene en el hogar.	Falta asignar



# Comunicación

*creando futuro*

