

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO



**DIAGNÓSTICO Y ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN EXTERNA DE  
LA OFICINA SUBREGIONAL VI INGUAT, PARA LA PROMOCIÓN  
TURÍSTICA DEL MUNICIPIO DE SAN JUAN LA LAGUNA, SOLOLÁ, EN  
EL CONTEXTO DE COVID-19**

INGRID MARÍA LISSETTE BARRIOS GARCÍA

LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

GUATEMALA, OCTUBRE DE 2021

Universidad de San Carlos De Guatemala

Escuela de Ciencias de la Comunicación

Ejercicio Profesional Supervisado



**Diagnóstico y estrategia de comunicación externa de la Oficina Subregional VI  
INGUAT, para la promoción turística del municipio de San Juan La Laguna,  
Sololá, en el contexto de COVID-19**

**Comunicación**

Presentado por:

Ingrid María Lissette Barrios García

*creando futuro*

Previo a optar por el título de:

Licenciada en Ciencias de la Comunicación

Asesora:

M.A. Evelin Hernández

Guatemala, octubre de 2021

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

**Director**

Lic. César Augusto Paiz Fernández

**Consejo Directivo**

**Representantes Docentes**

M.A. Silvia Regina Miranda López

**Representantes Estudiantiles**

José Guillermo Herrera López

Gerardo Iván Porres Bonilla

**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

**Supervisoras**

M.A. Evelin Morazán Gaitán

M.A. Evelin Hernández

Lcda. Krista María Ramírez

Lcda. Brenda Yanira Chacón Arévalo

**Supervisores**

M.A. Marvin Sarmientos Yuman

Lic. Luis Fernando Lucero

Lic. Mynor René Martínez

Lic. Julio Sebastián Chilín



Guatemala, octubre 15 de 2021

Estudiante de EPS de Licenciatura  
Ingrid María Lissette Barrios García  
Carné 199921611  
Presente.

Para su conocimiento y efectos se hace constar que:

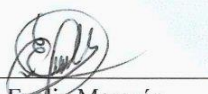
Después de evaluar su trabajo académico impreso y de manera virtual, titulado: **“DIAGNÓSTICO Y ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN EXTERNA DE LA OFICINA SUBREGIONAL VI INGUAT, PARA LA PROMOCIÓN TURÍSTICA DEL MUNICIPIO DE SAN JUAN LA LAGUNA, SOLOLÁ, EN EL CONTEXTO DE COVID-19.”** y luego de haber sustentado el 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.

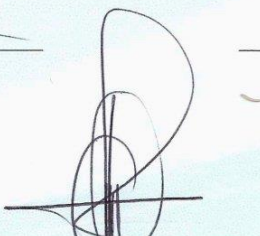
Por tanto, se autoriza el trabajo final en el acta de cierre respectiva e impresión de su trabajo final de EPSL en un número de cinco (5) ejemplares impresos; así como tres (3) CD's con el documento incluido en formato PDF, los cuales deberá entregar un ejemplar a la institución o empresa, el resto a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

Sin más que hacer constar:

“ID Y ENSEÑAD A TODOS”

  
M.A. Evelin Hernández  
Supervisora

  
M.A. Evelin Morazán  
Supervisora

  
Dr. José María Torres Carrera  
Coordinador





Guatemala 4 de marzo de 2021  
EPSL-C015

Licenciada:

Zoila Margarita Ruiz Azañón  
Oficina subregional VI  
Instituto Guatemalteco de Turismo, INGUAT  
Panajachel. Sololá.  
Presente.

Distinguida Licenciada Ruiz:

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 **Ingrid María Lissette Barrios García**, carné no. **199921611** quién manifestó su deseo de hacer Práctica Supervisada en su institución, para el efecto se requiere lo siguiente:

- Extenderle, por favor una carta de aceptación y trabajar por medios electrónicos, plataformas virtuales, presencial, semipresencial, híbrida, o como su institución lo determine.
- Facilitarle los materiales para hacer su práctica.
- Aceptar dentro del Plan y Estrategia de Comunicación del 2021 de su institución, que la estudiante tenga la oportunidad de hacer un diagnóstico con medios electrónicos o plataformas virtuales, elaborar un plan y ejecutar una estrategia, que contribuya al mejoramiento del proceso de comunicación interna o externa de su institución.
- Autorizar que se supervise el Ejercicio Profesional –EPSL cuando las condiciones sanitarias lo permitan por la emergencia Sanitaria actual por el COVID-19.
- Que se autorice el informe final de resultados de dicha investigación.

Atentamente,



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

INSTITUTO GUATEMALTECO DE TURISMO  
Oficina Sub Regional Sololá

RECIBIDO  
15 MAR 2021

Hora: 10:27 Firma:

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



Panajachel, 15 de marzo de 2021

Dr. José María Torres Carrera  
Coordinador del Ejercicio Profesional Supervisado  
Licenciatura en Ciencias de la Comunicación  
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: Ingrid Maria Lissette Barrios Garcia, con número de carné: 1999 21611, de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala, -USAC-, para la realización del Ejercicio Profesional Supervisado correspondiente a la carrera de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, en nuestra institución: Instituto Guatemalteco de Turismo, -INGUAT-, Oficina subregional VI, Panajachel, Sololá. Nos adaptaremos a las políticas de distanciamiento y protocolos sanitarios de su respetable institución.

La práctica culminará el 30 de agosto del 2021.

Atentamente,



Licda. Zoila Margarita Ruiz Azañón  
Delegada Sub-Regional de Sololá  
Instituto Guatemalteco de Turismo –INGUAT–  
[zruiz@inguat.gob.gt](mailto:zruiz@inguat.gob.gt)  
Cel. 4801-2901



*Para efectos legales, únicamente la autora es la responsable  
del contenido de este trabajo.*

## Dedicatoria

A la Fuerza Superior, mis maestros ascendidos, mi niña interna y mi Ser Superior: Por ser el refugio de amor, compasión y regreso a la conciencia.

Superior:

A la filosofía estoica:

En especial a Epícteto, por guiarme en la búsqueda del camino más coherente para entender la vida y hacer el mejor esfuerzo para practicar las virtudes del bien individual y del Uno.

A mi mamá Ana María García:

Por ser mi mejor amiga. Por su apoyo incondicional y su amor infinito.

A mis niños Cookie y Gordi:

Por ser fuente de amor y alegría en mi vida y por ayudarme a mantener mi salud física, mental y espiritual.

A mi amiga Wendy Bautista:

Mi lazarilla, por ser la mano amiga que con paciencia me ha apoyado a volver a la luz de la conciencia.

A mi hermana Mary Barrios, mi papá Santiago Barrios y a Miguel Ángel Lorenzo:

Por inspirarme a practicar la virtud de la templanza.



## Agradecimientos

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

Mi Alma Máter, por permitirme la educación superior en la que adquirí el conocimiento científico y humanista, para alcanzar mi formación profesional y por motivarme al compromiso de ejercitar mi profesión con principios éticos y para el bien de la sociedad.

El Instituto Guatemalteco de Turismo  
INGUAT, Sede VI Panajachel, Lcda. Zoila  
Ruiz

Por permitirme el honor de realizar el Ejercicio de Practica Supervisada en la Sede VI de Panajachel; y por su constante apoyo en todo el proceso de mi investigación científica.

A la Municipalidad de San Juan La Laguna,  
Administración alcalde Flavio José Yojcom

Por permitirme la implementación de la estrategia de comunicación en el municipio de San Juan La Laguna y por facilitar las condiciones para hacerla realidad.

Dr. José Torres

Por su orientación objetiva y motivación por alcanzar la excelencia académica.

M.A Evelin Morazán

Por su constante apoyo académico y por la calidez humana con la que me motivó en todo el proceso de EPS.

M.A Evelin Hernández y Lcda. Krista  
Ramírez

Mis supervisoras de EPS, por superar las expectativas de orientación esperada por parte de los supervisores.

A usted

Quien lee la presente investigación.

# Índice

Índice de tablas.....	i
Índice de figuras.....	i
Introducción .....	ii
Antecedentes .....	iii
Justificación.....	iv
Capítulo 1 .....	1
1. Diagnóstico de comunicación.....	1
1.1 La institución.....	1
1.2 Perfil institucional .....	1
1.3 Ubicación geográfica .....	2
1.4 Integración y alianzas estratégicas .....	5
1.5 Origen e historia.....	5
1.6 Departamentos o dependencias de la institución .....	6
1.7 Organigrama de la Oficina subregional VI de INGUAT, Panajachel.....	8
1.8 Misión .....	9
1.9 Visión .....	9
1.10 Objetivos institucionales .....	9
1.11 Público objetivo .....	9
1.12 Diagnóstico .....	10
1.13 Objetivo general y específicos .....	11
1.14 Tipos de investigación.....	11
1.14.1 Según su propósito .....	11
1.14.2 Según su nivel de profundización .....	12
1.14.3 Según el tipo de datos empleados .....	12
1.14.4 Según el grado de manipulación de variables .....	12
1.14.5 Según el tipo de inferencia.....	12
1.14.6 Según el tiempo en que se realiza .....	13
1.15 Enfoques de la investigación.....	13
1.15.1 Enfoque cualitativo, cuantitativo y mixto .....	14

1.15.2 Enfoque transversal o longitudinal .....	14
1.16 Técnicas de recolección de datos .....	15
1.16.1 De acuerdo con su propósito: investigación fundamental, aplicada o activa.....	15
1.16.2 De acuerdo con los objetivos: investigación exploratoria, descriptiva, de diagnóstico o explicativa .....	16
1.16.3 De acuerdo con la naturaleza de las fuentes o aplicación: documental, de campo, experimental.....	16
1.16.4 La observación participante .....	17
1.16.5 Técnica de documentación.....	19
1.16.6 Técnica de entrevista a profundidad .....	20
1.17 Interpretación de los resultados.....	21
1.18 FODA.....	24
1.19 Problemas detectados .....	28
1.20 Planteamiento del problema comunicacional.....	29
1.21 Indicadores de éxito .....	30
1.22 Proyecto a desarrollar.....	31
Capítulo 2 .....	32
Plan Estratégico de comunicación .....	32
2.1 Plan estratégico de comunicación .....	32
2.2 Misión del plan estratégico de comunicación .....	33
2.3 Visión del plan estratégico de comunicación.....	33
2.4 Elementos comunicacionales .....	33
2.5 Alcances y límites de la estrategia .....	35
2.6 Metodología para la aplicación de la estrategia comunicacional.....	36
2.6.1 Objetivos de la estrategia .....	40
2.6.2 Acciones para conseguir los objetivos .....	41
2.6.3 Indicadores para medir su cumplimiento .....	44
2.6.4 Los instrumentos .....	44
2.6.5 Actividades para la operatividad de la estrategia.....	45
2.7 Financiamiento .....	47
2.8 Presupuesto .....	47
2.9 Beneficiarios .....	49

2.10 Recursos Humanos.....	49
2.11 Área geográfica de acción .....	50
2.12 Cuadro comparativo de la estrategia .....	50
2.13 Cronograma del plan de comunicación.....	53
Capítulo 3.....	56
Ejecución de la estrategia.....	56
3. Informe de la ejecución.....	56
3.1 Ejecución 1: Contenido de valor turístico por segmentos del municipio de San Juan La Laguna, Sololá.....	56
3.2 Ejecución 2: Construcción del sitio <i>web</i> <a href="http://visitsanjuanlalaguna.com.gt">visitsanjuanlalaguna.com.gt</a> .....	62
3.3 Ejecución 3: Proceso de postulación del Municipio San Juan La Laguna en la iniciativa <i>Best Tourism Villages</i> INGUAT- Organización Mundial de Turismo-UNWTO/OMT .....	68
3.4 Actividades y calendarización.....	74
Conclusiones .....	75
Recomendaciones.....	76
Referencias .....	77
Anexo I.....	79
Anexo II .....	83
Anexo III .....	86
Anexo IV .....	90

## Índice de tablas

Tabla 1 FODA.....	25
Tabla 2 Presupuesto.....	48
Tabla 3 Cuadro comparativo de la estrategia.....	50
Tabla 4 Cronograma del plan de comunicación.....	53
Tabla 5 Ejecución 1.....	56
Tabla 6 Ejecución 2.....	62
Tabla 7 Ejecución 3.....	68
Tabla 8 Actividades y calendarización.....	74

## Índice de figuras

Figura 1 Oficinas Regionales y Subregionales INGUAT.....	3
Figura 2 Organigrama Oficina Subregional VI, INGUAT, Panajachel.....	8
Figura 3 Convocatoria.....	58
Figura 4 Reunión multisectorial.....	59
Figura 5 Ficha técnica de información estructurada.....	60
Figura 6 Construcción de la interfaz.....	63
Figura 7 Visualización en internet del menú.....	65
Figura 8 Páginas completas publicadas <a href="http://www.visitsanjuanlalaguna.com.gt">www.visitsanjuanlalaguna.com.gt</a> .....	66
Figura 9 Páginas del submenú.....	67
Figura 10 Presentación iniciativa <i>Best Tourism Villages</i> INGUAT, UNWTO/OMT.....	69

## Introducción

La presente estrategia de comunicación externa forma parte del Ejercicio de Práctica Supervisada, EPS, de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala, desarrollada para la Oficina Subregional VI-INGUAT en Panajachel, Sololá. Con el fin de apoyar al ente rector del turismo del país y del departamento de Sololá, al alcance de los objetivos institucionales para la promoción del turismo del municipio de San Juan La Laguna, en el contexto de COVID-19.

El diagnóstico tuvo como objetivo general, identificar la situación actual de la comunicación interna y externa de la Oficina Subregional VI INGUAT. Por medio de una investigación descriptiva de enfoque cualitativo para el diagnóstico de comunicación, se determinó que el plan estratégico debiera dirigirse a solucionar un problema de comunicación externa que contribuya a la promoción del turismo del municipio de San Juan La Laguna, en el contexto de COVID-19.

Se desarrollaron tres productos comunicacionales: el primero, generar contenido de valor turístico por segmentos de San Juan La Laguna. El segundo, la construcción del sitio web [www.visitsanjuanlalaguna.com.gt](http://www.visitsanjuanlalaguna.com.gt) como plataforma de difusión del contenido de valor generado. El tercer producto comunicacional, consistió en contribuir en el proceso de postulación del municipio en la iniciativa *Best Tourism Villages* de la Organización Mundial de turismo UNWTO/OMT, presentada por la Oficina Subregional para el desarrollo de la postulación final.

La estrategia beneficia a turistas nacionales y extranjeros, prestadores de servicios, cooperativas y asociaciones con enfoque turístico, tiendas de artesanías, galerías de arte y la comunidad receptora. En la ejecución del plan de comunicación participó un grupo multisectorial compuesto por autoridades municipales, asociaciones y cooperativas con enfoque social y turístico, prestadores de servicios y la delegación subdepartamental del INGUAT.

## **Antecedentes**

El Instituto Guatemalteco de Turismo, INGUAT, tiene a la fecha 53 años de haberse creado como una entidad estatal descentralizada, la cual cuenta con oficinas regionales y subregionales ubicadas en distintos departamentos del interior del país. En el año 2015, se institucionalizaron las Oficinas Regionales, las cuales surgen dada la solicitud de la presencia de la institución para brindar apoyo en la promoción turística en el interior del país y ofrecer los servicios del INGUAT a nivel departamental.

Según refiere la Lcda. Zoila Ruiz, delegada subdepartamental de la institución en Panajachel: “Las oficinas regionales ya tienen muchos años de existir, pero no con el nombre de Oficina regional, sino antes únicamente como Promotores de Turismo, desde ya aproximadamente diez o 15 años que ya había promotores turísticos” (Z. Ruíz, comunicación personal, 15/04/2021).

La Oficina Subregional VI INGUAT, Panajachel, Sololá, se inauguró oficialmente en el 2017. Desde su apertura, trabaja en la atención turística y brinda cobertura a los 19 municipios del departamento de Sololá y prioriza su atención en las áreas con mayor actividad turística. Por ser una dependencia relativamente joven, con tan solo cuatro años oficiales en funciones, no se encontró un organigrama específico de la sede, estudios realizados, ni documentos de referencia de información para el diagnóstico comunicacional.

Se tomó como referencia el organigrama completo de la estructura orgánica funcional de la institución, lo cual permitió contar con una visión global de su funcionamiento y comprender su relación con la oficinas centrales, regionales y subregionales. En cuanto a la documentación se consultó documentos, leyes, normas, políticas y reglamentos de consulta pública relacionados al INGUAT.

## **Justificación**

Se considera de importancia realizar el proyecto de practica supervisada en la Sede VI de INGUAT, Panajachel, dado que el turismo es uno de los principales sectores que contribuye al desarrollo económico, social y cultural de Guatemala y de los países en desarrollo. Conforme afirma el Banco de Guatemala en su página web, en el 2018 y 2019, en Guatemala, se reportaba el ingreso aproximado de dos millones y medio de turistas extranjeros, lo que generó la recepción de divisas cercanas a US\$1 mil y medio de millones en cada año, respectivamente.

Sin embargo, debido a la pandemia COVID-19, la industria turística fue fuertemente perjudicada a nivel mundial y en Guatemala. Con la caída del ingreso de divisas en este rubro durante el 2020 y en lo que va del 2021, también se vieron afectadas las fuentes de empleo directo e indirecto de la industria turística. Según afirma la Organización Mundial del Turismo, OMT (UNWTO): “A medida que el mundo se enfrenta a una emergencia sanitaria, social y económica mundial sin precedentes con la pandemia de COVID-19, los viajes y el turismo se encuentran entre los sectores más afectados...” (Recuperado <https://www.unwto.org/international-tourism-and-covid-19>).

Por lo tanto, se considera importante desarrollar el ejercicio de práctica supervisada en la Oficina VI del INGUAT, para apoyar al ente rector del turismo en Guatemala, al alcance de sus objetivos. Y, ante la actual necesidad de apoyar a través de una estrategia comunicacional que permita contribuir a la promoción del turismo en las comunidades receptoras en Sololá y específicamente aquellos ubicados en la cuenca baja del lago Atitlán.

Con dicha estrategia se beneficia a los visitantes nacionales y extranjeros, a los prestadores de servicios turísticos de los distintos municipios ubicados en la cuenca baja del lago Atitlán, entre ellos hoteles, restaurantes, servicios de transporte turístico, sitios turísticos, guías turísticos, vendedores de artesanías y a las comunidades receptoras de turismo. De manera que, a través dicha estrategia comunicacional se apoye a los esfuerzos de la institución en la recuperación paulatina y promoción del turismo en Sololá.



## Capítulo 1

### 1. Diagnóstico de comunicación

#### 1.1 La institución

Instituto Guatemalteco de Turismo, INGUAT. Oficina Subregional VI, INGUAT, Panajachel, Sololá.

#### 1.2 Perfil institucional

El Instituto Guatemalteco de Turismo, INGUAT, es la autoridad del turismo en Guatemala, rige y controla la promoción, el fomento y el desarrollo sostenible de la industria turística nacional en beneficio de turistas internos y externos, de los prestadores de servicios turísticos y de las comunidades receptoras. Uno de los principales objetivos de la institución es “impulsar los destinos turísticos de Guatemala, para contribuir al desarrollo económico, social y cultural del país” (INGUAT, Instituto Guatemalteco de Turismo, 2021, p.3).

Conforme el Artículo 3 de la Ley Orgánica del INGUAT, el instituto: “Es una entidad estatal descentralizada, con personalidad jurídica para adquirir derechos y contraer obligaciones y con patrimonio propio, de conformidad con la presente ley” (Congreso de la República, 1967, p. 2). Cuenta con una Junta Asesora de Turismo, conformada por directores del INGUAT, un representante de los Ministerios de: Economía, Hacienda y Crédito Público, Gobernación, Relaciones Exteriores, Comunicaciones y Obras Públicas y Planificación Económica.

Además, forman parte de la Junta: un representante de la Cámara de Comercio y de la Industria, de Agencias de viajes, líneas aéreas y de la Asociación Guatemalteca de Turismo. La Ley Orgánica y el Reglamento del instituto afirman que el INGUAT es la institución que tiene como uno de sus objetivos, mejorar la oferta de servicios turísticos mediante la regulación de empresas prestadoras de servicios turísticos y de turistas; además de desarrollar campañas de promoción del turismo.

Además de las oficinas centrales, el instituto cuenta con oficinas regionales y subregionales, las cuales se encuentran distribuidas en distintos departamentos del territorio nacional, todas con el fin de desconcentrar las funciones administrativas y operativas que competen a la institución y ampliar la cobertura de los servicios que brinda al sector turístico.

#### a) La Oficina subregional VI INGUAT, Panajachel

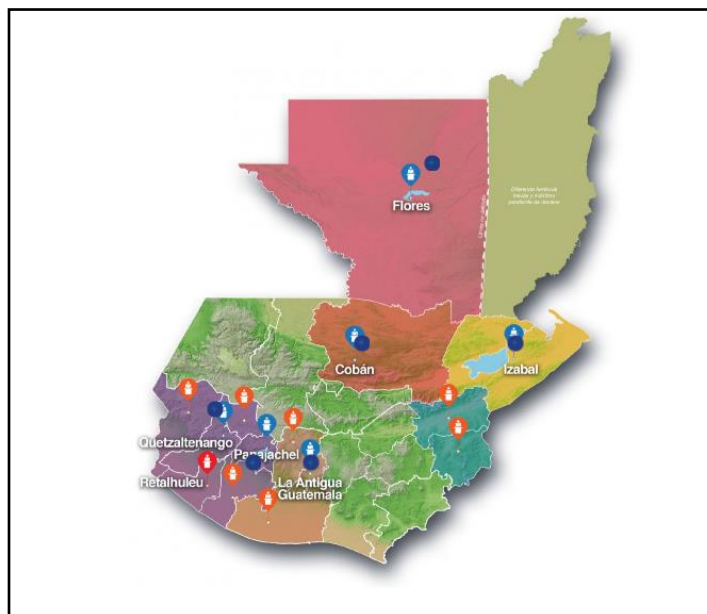
El Ejercicio Profesional Supervisado de la Licenciatura de Ciencias de la Comunicación se realizará en la Oficina Sub-Regional VI, INGUAT, Panajachel, Sololá. La sede está bajo la coordinación de la oficina regional de Quetzaltenango; al igual que las demás oficinas regionales y subregionales, se gestiona la función pública que le corresponde al instituto. La sede subregional se conforma por: una delegada subdepartamental y de las unidades de: Registro y Verificación de Empresas Turísticas, Información Turística y del Programa de Asistencia al Turista, PROATUR.

En concordancia con las funciones del INGUAT, la oficina subregional fomenta a nivel departamental la inversión en turismo y la mejora de la oferta turística, a través de la regulación de las empresas de prestación de servicios turísticos: establecimientos de hospedaje, agencias de viajes y transporte; además, de desarrollar la promoción turística según los lineamientos de las Direcciones de desarrollo de Producto y la Dirección de Mercadeo.

### 1.3 Ubicación geográfica

El INGUAT cuenta con oficinas centrales, regionales y subregionales. La sede de las Oficinas Centrales se encuentra en 7ª Ave. 1-17 zona 4, Centro Cívico y una sede en el Aeropuerto Internacional La Aurora; ambas en la Ciudad de Guatemala. Las oficinas regionales y subregionales se ubican en ocho regiones del país, con cobertura en los departamentos y sus municipios. Cada sede cuenta con un delegado o subdelegado, relativamente.

Figura 1



Oficinas Regionales y Subregionales del Instituto Guatemalteco de Turismo, INGUAT.  
Ilustración: INGUAT. Fuente: [www.inguat.gob.gt](http://www.inguat.gob.gt)

Tal como se observa en el mapa 1, las Oficinas Regionales y Subregionales, se agrupan por región:

- a) Región II, Región Norte: oficina regional de Cobán, con cobertura para los departamentos de Alta Verapaz y Baja Verapaz.
- b) Región III, Región Nororiental: oficina subregional en el municipio de Morales, con cobertura para Izabal y para Chiquimula y Zacapa.
- c) Región V, Región Central: la oficina regional Antigua Guatemala, con cobertura para el departamento de Sacatepéquez y la oficina subregional V y IV con cobertura para los departamentos de Chimaltenango, Escuintla y Santa Rosa.
- d) Región VI, Región Suroccidental: oficina regional en la ciudad de Quetzaltenango, con cobertura para el departamento de Quetzaltenango.

- e) Oficinas subregionales VI y VII con cobertura para Totonicapán, San Marcos y Huehuetenango, la oficina subregional VI, Retalhuleu y Suchitepéquez. Y oficina subregional VI en Panajachel con cobertura para el departamento de Sololá.
- f) Región VIII – Región del Petén, la oficina regional se localiza en la ciudad de Flores, con cobertura para el departamento de Petén (INGUAT, 2019, p. 6).

#### a) La Oficina subregional de Panajachel

El Ejercicio de Práctica Supervisada de la Licenciatura en Comunicación, EPS, se realizará en la Oficina Sub-Regional VI INGUAT, Panajachel, la cual se ubica en la Calle Principal 1-47, zona 2, Panajachel, Sololá. Dicha oficina presta sus servicios a los 19 municipios del departamento de Sololá y prioriza a los municipios con mayor actividad turística.

Los municipios a los cuales se les brinda cobertura son: Nahualá, Santa Clara La Laguna, Santa María Visitación, Panajachel, San Juan La Laguna, San Pedro La Laguna, Santiago Atitlán, San Lucas Tolimán, San Antonio Palopó, Santa Catarina Ixtahuacán, San Andrés Semetabaj, Sololá, Santa Cruz La Laguna, San Marcos La Laguna, San Pablo La Laguna, Santa Catarina Palopó, Santa Lucía Utatlán y San José Chacayá.

En cuanto a la ubicación geográfica del departamento, Sololá pertenece a la región del Suroccidente del país y limita con los departamentos de Totonicapán, Quiché, Suchitepéquez, Chimaltenango, Suchitepéquez y Quetzaltenango. En el año 2016, el municipio contaba con un índice de alfabetismo de 75.5% de la población total de 50,506, según el Censo del Instituto Nacional de Estadística, INE. La población indígena representaba un 95.2%; los grupos étnicos en su mayoría son el K'iché', Tz'utujil y Cakchiquel. (MINECO, 2021, p. 7).

La Cabecera Municipal de Sololá se divide en dos municipalidades: una oficial y otra indígena. La superficie del departamento es de 1,061 Km<sup>2</sup> y se encuentra cercano a la cordillera central, su relieve es diverso y se forma por montañas, valles, barrancos, distintos accidentes hidrográficos entre ellos el Lago Atitlán, el cual se avecina a los volcanes Atitlán, Tolimán y San Pedro.

El Lago Atitlán es un sitio turístico que beneficia a la economía de las poblaciones receptoras del turismo, a los prestadores de servicios turísticos: transporte turístico marítimo y terrestre; además, de servicios de hotelería, restaurantes, venta de productos artesanales y guías de turismo. Los municipios con mayor actividad turística son los que se ubican en la cuenca baja del Lago Atitlán.

#### 1.4 Integración y alianzas estratégicas

La institución cuenta con una Junta Asesora de Turismo, la conforman directores de INGUAT, representantes de distintos ministerios del país, Cámara de Comercio y de la Industria, además de asociaciones y representantes del sector turístico del país como prestadores de servicios, agencias de viajes, industria hotelera y líneas aéreas. La sede subregional participa en alianzas estratégicas con autoridades municipales, proveedores de servicios turísticos, población receptora, y entidades públicas y privadas.

En cuanto a los ingresos, en el Artículo 20 de la Ley Orgánica del INGUAT, se refiere a que parte de los ingresos del instituto provienen de los impuestos relacionados al turismo los cuales se incluyen en la Ley Orgánica del INGUAT; además, de los que se originan de los servicios que presta la institución, también de las asignaciones a su favor en el Presupuesto General de Gastos de la Nación; donaciones, multas y arbitrios que estén de conformidad con la ley.

#### 1.5 Origen e historia

El Instituto Guatemalteco de Turismo, INGUAT, tiene a la fecha 53 años de haberse creado como una entidad estatal descentralizada, el 6 de octubre de 1967, según el Decreto 1701 del Congreso de la República. El origen de la institución toma como referencia el año 1932, con la creación de la Sección de Turismo, una dependencia de la Secretaría del Estado en el despacho de Relaciones Exteriores. La sección llegó a convertirse posteriormente en la Oficina Nacional de Turismo, el 12 de diciembre de 1952, la cual se ubicó en la 6a. Avenida de la zona 1, Ciudad de Guatemala.

En el año 1977, el INGUAT inauguró sus propias instalaciones las cuales facilitan su labor administrativa en sector turístico, el edificio de 14 niveles se ubica en la 7a. Avenida 1-17 Zona 4, en el Centro Cívico de la Ciudad de Guatemala. En cuanto a las oficinas regionales y subregionales

se crearon dada la necesidad de descentralizar los servicios de la institución, y por solicitud de los destinos turísticos que más se promocionan: Tikal, Antigua Guatemala, Panajachel, entre otros municipios del país.

Dado que se solicitó la presencia de la institución para brindar apoyo en la promoción turística, las oficinas regionales se institucionalizaron en el 2015 para ofrecer los servicios del INGUAT a nivel departamental. La Lcda. Zoila Ruiz, delegada subdepartamental de la institución en Panajachel, refiere: “Las oficinas regionales ya tienen muchos años de existir, pero no con el nombre de Oficina regional, sino antes únicamente como Promotores de Turismo, desde ya aproximadamente diez o 15 años que ya había promotores turísticos” (Z. Ruíz, comunicación personal, 15/04/2021).

La Oficina Subregional VI INGUAT, Panajachel, Sololá, se inauguró el año 2017, desde su apertura, la oficina subregional trabaja en la atención turística y brinda cobertura a los 19 departamentos del departamento de Sololá, prioriza su atención en las áreas que tienen mayor actividad turística. Para el logro de sus objetivos, la sede cuenta con una delegada subdepartamental y con las unidades de los servicios de: Registro y Verificación de Empresas Turísticas, Información Turística y el Programa de Asistencia al Turista, PROATUR.

## 1.6 Departamentos o dependencias de la institución

La estructura orgánica administrativa de toda la institución se conforma por direcciones, departamentos y unidades. Las funciones sustanciales se encuentran descritas en el Reglamento Orgánico Interno del INGUAT, según Acuerdo Gubernativo No. 25-2016, en el que se refiere la estructura general interna de la institución y las funciones administrativas. Las principales Direcciones son: Dirección y Subdirección General, Dirección de Desarrollo de Producto Turístico, Dirección de Mercadeo y la Dirección Administrativa Financiera.

La Dirección de Desarrollo de Producto Turístico es la encargada de las Oficinas Regionales y de las Oficinas Subregionales, las cuales trabajan en la coordinación y gestión a nivel regional o departamental del INGUAT, y en el fortalecimiento de las relaciones entre entes, organizaciones y autoridades locales con la participación en mesas instituidas.

a) Departamentos o dependencias de la Oficina Subregional VI, INGUAT

El Ejercicio de Práctica Supervisada de la Licenciatura se realizará en la Oficina Subregional VI de Panajachel, la cual se encuentra bajo la administración de la Dirección de Producto Turístico y la coordinación de la Oficina Regional VI de Quetzaltenango. Cuenta con una delegada subdepartamental y tres unidades de servicios con jefaturas inmediatas en las oficinas centrales de la institución.

a) Registro y Verificación de empresas turísticas: es la unidad que asesora el registro e inscripción de empresas turísticas tales como: hoteles, servicio de transporte turístico y de sitios turísticos; asimismo, brinda apoyo en la revisión y recepción de expedientes, autorización de libros, supervisión de empresas turísticas y atención de quejas.

b) El Programa de Asistencia al Turista, PROATUR, es la unidad que asiste en temas relacionados a la seguridad y la prevención de turistas nacionales y extranjeros; además, sirve de enlace entre la institución, el turista, autoridades locales y embajadas.

c) Información Turística, es la unidad de asistencia gratuita al turista. Dentro de sus funciones principales está el proporcionar y distribuir material informativo impreso de Panajachel y de sitios turísticos ubicados en los alrededores del Lago Atitlán; además, de brindar asesoría de viajes, actividades turísticas y eventos culturales en el departamento de Sololá y en todo el país.

d) Una subdelegada departamental, quien tiene dentro de funciones principales asistir a los turistas y ofrecer una estadía placentera. Es quien dirige y supervisa a las unidades, si fuera necesario, que conforman la Oficina subregional VI de INGUAT en Panajachel, en coordinación con los jefes de las unidades ejecutoras ubicadas en las oficinas centrales de la institución para la ejecución de programas y proyectos institucionales.

Por designación del INGUAT, se suman a sus funciones el representar a la institución ante las instancias departamentales, coordinar con las autoridades locales y sector privado en lo referente a turismo; además de elaborar, ejecutar y dar seguimiento a los planes anuales y multianuales.

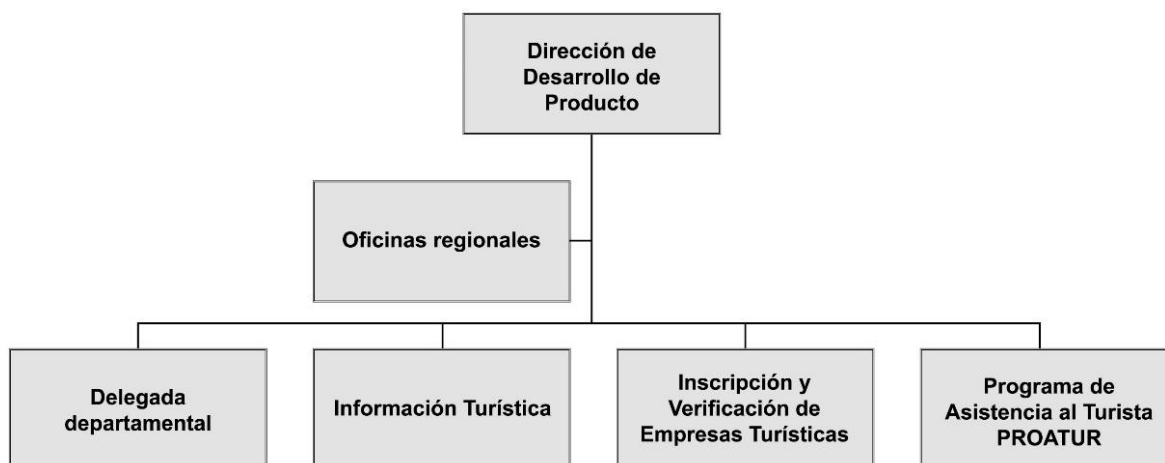
También participar en la elaboración de planes estratégicos, operativos y de presupuesto de acuerdo con los objetivos asignados a la oficina subregional.

Según se refiere en el Manual de Descripción de Puestos para la Contratación de Personal 022, Personal por Contrato del Instituto Guatemalteco de Turismo, INGUAT, dentro de sus funciones específicas está el proponer y promover planes para el desarrollo de programas y proyectos de turismo sostenible a nivel departamental y municipal, en concordancia con el Plan Maestro de Turismo Sostenible 2015-2025.

### 1.7 Organigrama de la Oficina subregional VI de INGUAT, Panajachel

Dado que el Ejercicio de Práctica Supervisada de la Licenciatura se realizará en la Oficina Subregional VI de Panajachel, el diagnóstico comunicacional se basará en el organigrama de dicha sede. La ilustración y fuente fue desarrollada por la investigadora del Ejercicio de Práctica Supervisada, dado que al momento de la fase de diagnóstico la sede no contaba con un organigrama específico de dicha oficina.

Figura 2



Organigrama Oficina Subregional VI, Panajachel, Sololá. Instituto Guatemalteco de Turismo, INGUAT.  
Fuente: Ilustración propia.



## 1.8 Misión

“Es la autoridad superior en materia de turismo en Guatemala, que rige y controla la promoción, el fomento y el desarrollo sostenible de la industria turística, en beneficio de visitantes, prestadores de servicios y comunidades receptoras” (INGUAT, Instituto Guatemalteco de Turismo, 2021).

## 1.9 Visión

Para el 2025, el INGUAT se ha consolidado como el ente rector que articula y coordina eficazmente, el desarrollo y promoción turística del país, con las instituciones públicas y privadas, en el marco del Plan Maestro de Turismo Sostenible de Guatemala 2015-2025, en beneficio de la población guatemalteca (INGUAT, Instituto Guatemalteco de Turismo, 2021).

## 1.10 Objetivos institucionales

### a) Objetivo estratégico general:

Consolidar al turismo como eje articulador del desarrollo económico y social de Guatemala en el marco de la sostenibilidad, de forma que contribuya a generar las condiciones necesarias para mejorar la competitividad del país en el ámbito internacional y a favorecer el acceso de los guatemaltecos a una vida digna [http://uip.inguat.gob.gt/images/PDF/2020/articulo10\\_2020/05\\_mision/Misin\\_y\\_Visin\\_2020.pdf](http://uip.inguat.gob.gt/images/PDF/2020/articulo10_2020/05_mision/Misin_y_Visin_2020.pdf) Recuperado 20 de abril de 2021.

### b) Objetivos estratégicos específicos:

Impulsar el fortalecimiento y diversificación de la oferta turística de acuerdo con ordenamiento del espacio turístico nacional, establecido en el Plan Maestro de Turismo Sostenible de Guatemala 2015-2025. Promover los destinos turísticos de Guatemala en mercados prioritarios y potenciales, con una imagen favorable del país y brindando una experiencia de calidad a los visitantes. Optimizar los recursos financieros y transparencia del gasto público, orientadas hacia una gestión por resultados [http://uip.inguat.gob.gt/images/PDF/2020/articulo10\\_2020/05\\_mision/Misin\\_y\\_Visin\\_2020.pdf](http://uip.inguat.gob.gt/images/PDF/2020/articulo10_2020/05_mision/Misin_y_Visin_2020.pdf) Recuperado 20 de abril de 2021.

## 1.11 Público objetivo

En cuanto al público que se beneficia de los servicios que brinda la Oficina Subregional VI de INGUAT en Panajachel, se encuentran: los turistas nacionales y extranjeros que visitan los distintos municipios de Sololá, además de prestadores de servicios turísticos de los distintos municipios principalmente los ubicados en la cuenca baja del lago Atitlán, estos son: hoteles, restaurantes, servicios de transporte turístico, sitios turísticos, guías turísticos, vendedores de artesanías, galerías de arte locales y las comunidades receptoras de turismo.

## 1.12 Diagnóstico

La palabra diagnóstico se compone de dos términos griegos: *diagnostikós*, que se refiere a día y a través; y *gnosis*, se refiere a aquello apto para conocer o al conocimiento. Se entiende entonces, que diagnóstico alude al análisis u observación que se realiza para determinar una situación e identificar cuáles son sus tendencias. Para llegar a esta determinación, se debe recolectar información, datos y hechos ordenados sistemáticamente, los cuales serán tratados para analizar e investigar.

Enfocado al punto de vista de la comunicación organizacional, el diagnóstico es un procedimiento que se realiza para evaluar la eficiencia de la comunicación interna y externa de una organización. Las organizaciones, pueden ser instituciones, organizaciones o empresas que pueden ser públicas, privadas o de enfoque social, se le denomina organización porque de alguna forma deben estar organizadas.

Existen diferentes tipos de diagnóstico de la comunicación en las empresas, una definición general sería:

El diagnóstico de comunicación es una herramienta para evaluar las prácticas sociales, y se orienta a obtener un conocimiento sistemático sobre las mismas, para reconocer las fortalezas y debilidades que luego serán retomadas en la planificación, entendida ésta como estrategias destinadas a generar modificaciones en la comunicación que ayuden a producir cambios positivos en el grupo, la comunidad o la institución (Pietro, 1999, p. 81).

El diagnóstico de comunicación organizacional permite reconocer una situación actual de la comunicación en una organización, orientado a evaluar y analizar la comunicación actual de ésta, y lo realizará mediante métodos y técnicas de investigación acordes al análisis. Esto determinará las estrategias, las herramientas para la recopilación de la información, la interpretación de los datos y la presentación de los resultados con el fin de proponer posibles soluciones y la estrategia a seguir.

### 1.13 Objetivo general y específicos

#### Objetivo general

Analizar la situación actual de la comunicación interna y externa de la Oficina subregional de INGUAT en Panajachel, para contribuir a la solución de un problema detectado.

#### Objetivos específicos

- a) Determinar la comunicación interna entre las unidades que comprenden la Oficina subregional de INGUAT, Panajachel.
  
- b) Evaluar la comunicación externa de las unidades que conforman la Oficina subregional de INGUAT, Panajachel. (Unidad de Registro de Servicios Turísticos, Información Turística y del Programa de Asistencia al Turista).
  
- c) Identificar el problema de comunicación por medio de un diagnóstico comunicacional desarrollado en la oficina subregional INGUAT, Panajachel.

### 1.14 Tipos de investigación

Existen distintos tipos de investigación, estos varían conforme a su propósito, profundización, los datos empleados, la manipulación de las variables, el tipo de inferencia, o según el tiempo en que se realice la investigación; asimismo, del enfoque que se le dará a la investigación. “La investigación es el conjunto de métodos que se aplican para conocer un asunto o problema en profundidad y generar nuevos conocimientos en el área en la que se está aplicando” (Recuperado. <https://www.significados.com/tipos-de-investigacion/>). Los tipos de investigación son varios aquí se mencionan algunos de los más utilizados.

#### 1.14.1 Según su propósito

Conforme el vínculo [significados.com](https://www.significados.com) en tipos de investigación según su propósito se encuentran:

- a) Investigación Teórica: la que tiene por objetivo generar conocimiento y nuevas definiciones y
- la b) Investigación Aplicada, la que busca nuevas estrategias para generar conocimiento práctico,

en general, suele utilizarse en las investigaciones de la ingeniería o medicina. Puede ser de dos tipos: la tecnológica y la científica.

#### 1.14.2 Según su nivel de profundización

Comprende las investigaciones de tipo a) Exploratorio, las cuales buscan explorar o hacer un primer acercamiento al objeto de estudio, que suele ser desconocido o del cual existe poca información. b) La investigación Descriptiva, la que por su parte es la que busca describir características del objeto de estudio para analizarlas y comprenderlas, suele utilizarse en las investigaciones de las ciencias sociales como la comunicación. Y c) la Investigación Explicativa, la cual busca establecer relaciones que vinculan la causa y efecto, y explicar teorías.

#### 1.14.3 Según el tipo de datos empleados

a) La Investigación Cualitativa, generalmente se utiliza en las ciencias sociales por sus características y beneficios de profundizar en distintos contextos, y se aplica a técnicas relacionadas con el análisis de las situaciones y discursos; en general, hace uso de entrevistas abiertas y observación participante. b) La Investigación Cuantitativa, es la que profundiza en estudios matemáticos, de estadística o mediciones.

#### 1.14.4 Según el grado de manipulación de variables

a) Investigación experimental, es la investigación en la que las se manipulan las variables en condiciones controladas como en un laboratorio, este tipo de investigación suele utilizarse en investigaciones de la industria farmacéutica. La investigación No Experimental, contraria a la experimental, las variantes no se manipulan de manera controlada en un contexto natural. c) La Cuasi - experimental, en la que solo se controlan algunas variables del objeto de estudio.

#### 1.14.5 Según el tipo de inferencia

a) Investigación deductiva, es el tipo de investigación donde la realidad se explica a través de leyes generales, utiliza el método inductivo. b) La investigación inductiva, es en la cual el conocimiento se genera a partir de lo particular hasta llegar a una generalización.

#### 1.14.6 Según el tiempo en que se realiza

a) La investigación longitudinal, es en la cual se da seguimiento al objeto de estudio en un periodo definido para observar los cambios de las variables. b) Mientras que la investigación transversal, es en la cual se observa al fenómeno estudiado en un momento concreto.

Tipo de investigación y enfoques utilizados en el presente diagnóstico, para fines de la evaluación diagnóstica se utilizó el tipo de investigación descriptiva, dadas las características y bondades que aporta a las investigaciones de las ciencias sociales y humanidades; además, de la ruta a seguir que facilita al investigador. Conforme la clasificación de Danke (2010) citado en Piloña (2016, p.10) la investigación descriptiva es la que relata una situación a más detalle, describe relaciones, entornos, contextualiza, característica, propiedades, dimensiones, formas y relaciones.

Por medio de la investigación descriptiva se logró describir la situación actual de la comunicación interna y externa de la Oficina Subdepartamental VI de INGUAT, para conocer qué hacen, cómo lo hacen, dónde y quiénes realizan las actividades y qué servicios presta la sede. Al contextualizar la situación actual y describir sus relaciones a detalle, la investigadora se enfocó en cómo se relaciona entre sí el personal de las unidades de servicios de la sede y cómo se relacionan estas unidades con sus audiencias externas: prestadores de servicios (hoteles, restaurantes, guías de turismo, *tours*).

#### 1.15 Enfoques de la investigación

Existen diversos métodos de investigación, aquí se mencionan algunos que, en general, por su enfoque se utilizan en las investigaciones de las ciencias sociales y en la comunicación. Conforme afirma Sampieri, sobre el enfoque, la investigación puede tener un enfoque cualitativo, cuantitativo o mixto. Y conforme Piloña, también puede tener un enfoque transversal o longitudinal. Estos enfoques se mencionan brevemente en los siguientes incisos.

### 1.15.1 Enfoque cualitativo, cuantitativo y mixto

Enfoque cuantitativo: utiliza la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, con el fin de establecer pautas de comportamiento y probar teorías.

Las características: planteamientos acotados, mide fenómenos, utiliza estadística y prueba de hipótesis y teoría. Proceso: deductivo, secuencial, probatorio, analiza la realidad objetiva. Bondades: generalización de resultados, control de fenómenos y precisión.

El proceso cuantitativo es secuencial y probatorio. Cada etapa precede a la siguiente y no podemos “brincar” o eludir pasos, aunque desde luego, es factible redefinir alguna fase. El proceso cualitativo es “en espiral” o circular, en el sentido de que las etapas interactúan y no siguen una secuencia rigurosa.

Enfoque cualitativo, utiliza la recolección y análisis de los datos para afinar las preguntas de investigación o revelar nuevas interrogantes en el proceso de interpretación. Características: planteamientos más abiertos que van enfocándose, se conduce básicamente en ambientes naturales, los significados se extraen de datos, no se fundamenta en la estadística. Proceso: inductivo, recurrente, analiza múltiples realidades subjetivas, no tiene secuencia lineal. Bondades: profundidad, amplitud, riqueza interpretativa, contextualiza el fenómeno.

Enfoque Mixto: combinación del enfoque cuantitativo y el cualitativo (Sampieri, 2014 p. 3-18).

Por tanto, mientras la investigación cuantitativa sigue un método inductivo, la cualitativa enfatiza en un método inductivo. Entonces, la investigación mixta, reúne las ventajas de ambos tipos (la cualitativa y la cuantitativa) para cuantificar datos y tomar en cuenta los aspectos cualitativos del objeto de estudio. Se considera un método más completo porque permite observar la realidad desde ambos enfoques.

### 1.15.2 Enfoque transversal o longitudinal

Según el periodo de aplicación el enfoque de la investigación puede ser transversal o longitudinal, (Piloña, 2016, p. 10). Las transversales son las que recolectan los datos en un solo tiempo específico; contraria a las longitudinales, las cuales recolectan los datos del objeto de estudio en dos o varios momentos, en las que se estudian tendencias, cambios o desarrollos a través del tiempo o secuencias. Por ejemplo los cambios de actitud, preferencias o gustos de una población estudiada.

Los enfoques utilizados en el presente diagnóstico, según Piloña refiere que otra de las bondades de la investigación descriptiva es que, al utilizarla con el enfoque cualitativo, permite captar aspectos “de relación y entorno que le son propios, comentándolos y contextualizándolos”. (2016, p.12). Por tal motivo, el enfoque utilizado fue el cualitativo, el cual recolectó los datos para

analizarlos y afinar las preguntas de investigación o revelar nuevas interrogantes en el proceso de interpretación.

El enfoque cualitativo permitió tener planteamientos más abiertos que se enfocaron, desde plantear interrogantes generales hasta alcanzar datos específicos, los cuales fueron obtenidos ordenadamente. A nivel general, a través de las técnicas de recolección: observación participante y la documentación; y a nivel específico, con entrevistas a profundidad dirigidas a los representantes de las unidades de servicios y de la delegada departamental. Aquí se manifestaron las bondades del enfoque cualitativo: profundidad, amplitud, riqueza interpretativa y contextualización del fenómeno (Sampieri, 2014 p. 3).

Las técnicas de recolección de los datos fueron la observación participativa, la documentación y las entrevistas a profundidad. Las cuales se describen más a detalle en los incisos a), b) y c) del presente inciso.

### 1.16 Técnicas de recolección de datos

Se refiere al conjunto de procedimientos metodológicos en los que se recolecta la información de forma objetiva, ordenada y sistemática. Existen varias técnicas aplicadas al tipo de investigación y su enfoque.

#### 1.16.1 De acuerdo con su propósito: investigación fundamental, aplicada o activa

Puede ser investigación pura, básica o fundamental: es la que tiene como objetivo lo nuevo, la búsqueda de crear teorías, nuevas leyes generales universales; y se conoce como la que está en búsqueda de lo nuevo y lo intelectual. Mientras que, la Investigación Aplicada: tiene como propósito mejorar lo que ya existe, mejorar un producto o procesos y solucionar problemas. La Investigación Activa, es más específica que la fundamental, y se dirige a resolver problemas particulares, locales y no universales, se aplica en procesos de producción o tecnológicos.

### 1.16.2 De acuerdo con los objetivos: investigación exploratoria, descriptiva, de diagnóstico o explicativa

Es la que está dirigida a definir una estrategia de planes de investigación, metodologías e instrumentos para la recolección de datos. Conforme a la clasificación de Danke (2010) citado en Piloña (2016, p.10) se pueden dividir en: exploratoria, se utiliza para explorar temas de los cuales hay poca información o en la que se puede profundizar más. La Descriptiva: relata una situación a más detalle, puede predecir eventos, describe relaciones, entornos, contextualiza, características, propiedades, dimensiones, formas y relaciones. Por ello, esta investigación puede tener enfoque cuantitativo o cualitativo.

Mientras que las investigaciones de Diagnóstico tienen como propósito establecer relaciones entre dos o más variables, plantearía el problema de la siguiente manera: Si existe “X”, entonces ocurre “Y”, por dar un ejemplo. Mientras que las investigaciones Explicativas, son más completas y a diferencia de las de diagnóstico, éstas explican el porqué de los fenómenos, en qué condiciones se manifiestan. Las investigaciones explicativas también pueden tener un enfoque ya sea cualitativo, cuantitativo o mixto.

### 1.16.3 De acuerdo con la naturaleza de las fuentes o aplicación: documental, de campo, experimental

Las investigaciones de tipo documental o bibliográfica son las que se basan en conocimientos ya publicados como las bibliografías y documentos escritos, audibles, documentales audiovisuales, películas, páginas web. También, revistas, libros, periódicos y otros medios escritos. A diferencia de la investigación documental, la investigación de campo se aplica a las fuentes primarias, dado que para esto es necesario estar en el lugar donde ocurre el fenómeno u objeto de estudio, para analizar, describir y conocer por qué ocurre.

Finalmente, en este tipo de investigaciones, la investigación de laboratorio o experimental, es la que se desarrolla en un ambiente relativamente controlado para su estudio, por ello se realizan en un laboratorio para analizar y verificar los resultados. También recurren a las fuentes



primarias o de primera mano y directa al fenómeno. Usan equipos sofisticados para la investigación y en general son los usados en estudios de genética, físico-espacial.

#### 1.16.4 La observación participante

Es una técnica de la investigación cualitativa, la cual sucede cuando el investigador observa por tiempos extensos el objeto de estudio, que presta atención en lo que sucede y cómo sucede, se sumerge estrechamente para familiarizarse en el modo de vida y prácticas del grupo de estudio que permite recolectar datos y conocer fenómenos casi del mismo punto de vista del participante. Piloña afirma que “la observación participante es aquella en la que el investigador “es parte o participa” como ente activo integrante del fenómeno que pretende estudiar” (2016, p. 80).

La implementación de la técnica de observación participante se realizó mediante la asistencia de la investigadora a las oficinas subregionales del INGUAT en Panajachel, en las que se observó tanto la estructura organizacional general y específica de la sede, al personal y sus funciones generales y específicas, así como las formas de comunicación utilizadas; con el fin de identificar la situación actual de la comunicación interna y externa de la sede. Para esta técnica se utilizó como herramienta la ficha técnica de información para llevar un registro ordenado de la información adquirida.

Debido a que el personal en las unidades y departamentos de oficina es relativamente pequeño, fue posible familiarizarse con cada uno de los delegados de todas las unidades de servicio. Se logró observar el desarrollo de las actividades diarias, su entorno y sus funciones principales. Se observó la prestación de los servicios a los usuarios: turistas y prestadores de servicios, a los que atienden las distintas unidades y la coordinación de la delegada subdepartamental.

En cuanto a los elementos simbólicos y materiales se observó: que hubo un cambio reciente de oficinas y que las actuales carecen de rotulación externa. Sin embargo, si tienen rotulación en el interior y si cuentan con elementos de imagen institucional tales como logos, rotulaciones, banderas, escudos. Cuenta con los recursos materiales, financieros y de mobiliario necesarios para el desarrollo de sus funciones.

En cuanto a los elementos conductuales, se observó un ambiente de buenas relaciones interpersonales y de colaboración entre el personal de la oficina. También se observó que mantener un ambiente agradable de trabajo, daba como resultado un buen servicio a los usuarios, siendo estos: turistas nacionales y extranjeros, y los prestadores de servicios: hoteles, restaurantes, empresas de transporte turístico privado.

En cuanto a los elementos estructurales, se observó que cada representante de las unidades presentes, tiene una jefatura directa en las oficinas centrales del INGUAT; sin embargo, cuenta con el apoyo local de coordinación técnica, de la delegada subdepartamental.

En cuanto a material informativo: existe diverso material promocional y de información sobre los sitios turísticos del altiplano y de las siete regiones turísticas del país. Además de mapas, folletos, guías sobre los distintos segmentos turísticos: destinos de bodas, aventura, turismo de bienestar, de negocios, de naturaleza, turismo religioso, cultura, escuelas de español, entretenimiento, voluntariado y cruceros. El material promocional consta de mapas, folletos, guías de rutas y sitios turísticos.

Respecto a la comunicación interna: se observó que el personal mantiene reuniones mensuales. Los canales de comunicación disponibles en la institución son: teléfono, correos electrónicos y grupos de *chats* en aplicaciones como *WhatsApp*. Debido a la pandemia COVID-19, se mantuvieron reuniones y capacitaciones virtuales. Se desarrollaron manuales y protocolos de prevención para el personal interno de la institución, para los prestadores de servicios y para el turista.

Respecto al departamento de comunicación, es una dependencia de la Dirección de Mercadeo, ubicada en oficinas centrales, Ciudad de Guatemala y genera estrategias de comunicación desarrolladas por región, no específicas por departamento o municipios. El área del lago Atitlán y de los municipios de Sololá, carece de información específica por municipio sobre actividades, destinos turísticos, segmentos de turismo: bodas, turismo de aventura, cultural, religioso, salud y

bienestar, deportes, de reuniones, gastronómico y de naturaleza de cada uno de los municipios con alto potencial y oferta y demanda en el segmento turístico.

Respecto a la comunicación externa: se observó que la oficina cuenta la Unidad de Información, la cual brinda información turística a nivel nacional y específica de servicios turísticos. Para ello se apoya de material promocional que viene de oficinas centrales de las Direcciones de Mercadeo y Desarrollo de Producto. La unidad de Registro de servicios provee información presencial y por vía telefónica y *WhatsApp*.

Se detectó la carencia de información específica de los destinos turísticos en municipios alrededor del lago Atitlán. Actualmente, el municipio de Panajachel trabaja en el desarrollo de una página *web* dedicada al turismo, lo mismo que San Pedro La Laguna. Sin embargo, los municipios que también tienen el potencial carecen de un sitio *web* o plataforma para facilitar información y promover destinos turísticos y servicios, estos municipios son: Santa Catarina Palopó, San Antonio Palopó y San Juan La Laguna, éste último con suficientes servicios turísticos, destinos y actividades turísticas.

#### 1.16.5 Técnica de documentación

Conforme refiere Piloña, la documentación registra la información de forma que permite ordenar y clasificar la información de los documentos consultados, facilita la búsqueda de información predeterminada y permite reducir el tiempo de búsqueda; además, de facilitar el acreditamiento de las fuentes en base a bibliografías. Es parte esencial sobre la que se fundamenta el trabajo de un investigador. (2016, p. 61)

Se implementó la técnica de documentación la cual tomó como referencia documentos, leyes, normas, políticas y reglamentos de consulta pública relacionados al INGUAT. La institución cuenta con una biblioteca en oficinas centrales y en ella se accede a documentos impresos y digitales. Asimismo, la institución brinda un amplio recurso de documentación a través de su página *web* institucional: [www.inguat.gob.gt](http://www.inguat.gob.gt); la página *web* dedicada al turismo externo: [www.visitguatemala.com](http://www.visitguatemala.com) y la página enfocada al turismo local: [www.paseoguatemala.com](http://www.paseoguatemala.com)

Para la técnica de documentación se tomó información de base, la página institucional. En la que se encuentra información sobre la identidad, misión, visión y objetivos del INGUAT, se presentan sus autoridades, la estructura orgánica funcional, organigrama, historia, y la distribución de las oficinas regionales y subregionales, así como el reglamento orgánico interno. En su contenido se incluyen los aspectos de la gestión pública tales como planes y programas para el desarrollo turístico y la documentación para recabar información sobre los destinos y segmentos turísticos.

Respecto a los servicios se detallan aquellos destinados al turista, los programas de asistencia, planificación y cualquier información utilidad tanto al turista como a los prestadores de servicios. Se incluye información sobre los distintivos de calidad y sostenibilidad turística. Asimismo, de una sección de Prensa con informes, noticias, comunicados, boletines y fotografías, relacionadas a los sitios turísticos y las actividades que puede realizar el turista. Además de noticias de actualidad.

#### 1.16.6 Técnica de entrevista a profundidad

La entrevista como técnica de investigación cualitativa, permite a través del intercambio hablado de información, obtener información sobre el problema determinado. Según Ruiz-Olabuénaga, Aristegui y Melgosa la entrevista es: “una técnica de obtener información, mediante una conversación profesional con una o varias personas para un estudio analítico de investigación o para contribuir en los diagnósticos o tratamientos sociales” (2002, p.76).

Se implementó la técnica de entrevista a profundidad, la cual permitió a la entrevistadora reajustar, cuando fue necesario, las preguntas y clarificar las respuestas, de manera que facilitó ahondar en la respuesta inicial. La entrevista se realizó a los tres representantes de cada una de las unidades de servicios de la Oficina Subdepartamental VI de INGUAT y a la delegada subdepartamental. La herramienta utilizada en esta técnica fue el cuestionario con información estructurada en tres secciones en las que se incluyeron preguntas abiertas.

La población en la Oficina subregional VI del INGUAT es relativamente pequeña, lo que permitió entrevistar a cada representante de todas las unidades que conforman la subdelegación. Esta actividad tuvo como objetivo crear un vínculo entre la entrevistadora y el entrevistado de manera

que, a medida que se desarrolló la entrevista, la entrevistada evidenció datos a detalle los cuales permitieron detectarlas principales necesidades comunicacionales.

Al inicio de la entrevista se tuvo una breve conversación entre el entrevistado y el entrevistador; al ser una entrevista individual permitió consolidar un vínculo de confianza para adentrarse a temas puntuales respecto a la comunicación interna y externa, los cuales admitieron la comprensión de la información anteriormente observada y documentada. La herramienta utilizada para la técnica de entrevista a profundidad fue el cuestionario.

Las entrevistas se dividieron en tres partes: la primera enfocada en conocer la situación actual de la comunicación interna de la subdelegación y su comunicación con las jefaturas en las oficinas centrales del INGUAT; la segunda abarcó preguntas encaminadas a evaluar el nivel de conocimiento que tenían sobre sus funciones y la identidad de la institución; y la tercera, enfocada en recabar datos sobre la situación comunicacional externa de la subdelegación.

### 1.17 Interpretación de los resultados

Para el diagnóstico de comunicación se utilizó la investigación descriptiva con enfoque cualitativo. Una vez aplicados los instrumentos de recolección de la información: la observación participativa, la documentación y las entrevistas a profundidad, se procedió a realizar el análisis de los datos obtenidos. Estos datos por su naturaleza se expresan en palabras o textos, los cuales ofrecieron información de valor, específica y detallada. Permite a la investigadora, analizar la información para comprenderla, razonarla y así, contextualizar la situación actual de la comunicación interna y externa de la Oficina Subregional VI de INGUAT.

Por su naturaleza cualitativa no es de carácter cuantificable, sino de comprensión y de riqueza interpretativa. Se sistematizó la información recabada por cada técnica de investigación y se procedió a destacar los aspectos de comunicación de mayor interés. Piloña refiere que captar aspectos “de relación y entorno que le son propios, comentándolos y contextualizándolos” (2016, p.12) permite interpretar los resultados de manera ordenada.

La interpretación de datos fue circular, tal como refiere Sampieri sobre el tipo de investigaciones con enfoque cualitativo: “primero, para descubrir cuáles son las preguntas de investigación más importantes; y después, para perfeccionarlas y responderlas. La acción indagatoria se mueve de manera dinámica en ambos sentidos: entre los hechos y su interpretación, y resulta un proceso más bien ‘circular’” (2014 p. 7).

Las técnicas de recolección de los datos fueron la observación participativa, la documentación y las entrevistas a profundidad. Los cuestionarios como herramienta de la técnica de entrevista a profundidad midieron acontecimientos, “generalmente se concretan mediante un espacio libre de respuesta verbal, con dimensiones no determinadas, pero de una cierta extensión como para suscitar unas palabras o unas frases” (Fabregues et al, 2016, p. 31).

En cuanto a la comunicación interna: se observó que el personal mantiene reuniones generalmente mensuales, los canales disponibles en la institución son: teléfono, correos electrónicos, *chats* en aplicaciones como *WhatsApp*. Debido a la pandemia COVID-19, se mantuvieron reuniones virtuales, y capacitaciones virtuales. Se desarrollaron manuales y protocolos de prevención para el personal interno de la institución y para los prestadores de servicios y el turista.

Se observó que durante las visitas presenciales de la investigadora que en la Oficina Subregional VI del INGUAT en Panajachel que, la cantidad de personal de las unidades es relativamente pequeña, lo que representa un beneficio importante en cuanto a facilitar la comunicación directa entre los miembros del equipo y a mantener buenas relaciones interpersonales.

En las entrevistas se evidenció que en general todos los delegados de las unidades en la oficina subregional conocían la misión, visión, objetivos y valores de la institución, esto se evidencio según la entrevista y la escala de valorización de Likert, ya que tres de los cuatro delegados las conocían y las valoraron en cuatro puntos de cinco.

Ya que las jefaturas de cada unidad se encuentran en las oficinas centrales en la Ciudad de Guatemala, lo cual incentiva un ambiente de responsabilidad individual entre los colaboradores, en

cuanto a alcanzar los objetivos y metas de sus funciones individuales y por ende de la sede subregional. También se mantiene comunicación directa y permanente con las jefaturas inmediatas de cada unidad presente en la Oficina Subregional vía correo electrónico y telefónica, a quienes presentan reportes e informes periódicos.

En cuanto a los elementos simbólicos y materiales: debido al reciente cambio de oficinas de la sede, se observó que carecen de rotulación externa. Por lo que se concluye que se existe una necesidad de estos elementos de identidad e imagen institucional. Otros elementos simbólicos que, si están presentes en las instalaciones internas son banderas, escudos y rotulaciones con logos. Cuentan con los recursos materiales, financieros y de mobiliario necesarios para el desarrollo de sus funciones.

En cuanto a los elementos conductuales, se observó y evidenció en las entrevistas, un ambiente de colaboración y buenas relaciones interpersonales y no se evidencia un problema en la comunicación interpersonal. Lo cual permite que el personal brinde un buen servicio al cliente, se observó que los turistas (nacionales y extranjeros) y los prestadores de servicios, en general obtenían la información y los servicios que solicitaban.

Respecto al departamento de comunicación, se ubica en la sede central del INGUAT en Ciudad de Guatemala y genera planes comunicacionales por región turística y sus segmentos. Sin embargo, se detectó que las campañas de información y promoción en general carecen de información específica por cada municipio de Sololá y de sus actividades y atributos particulares. Principalmente de aquellos municipios con alto potencial de oferta y demanda: San Juan La Laguna, Santa Catarina Palopó y San Antonio Palopó.

En cuanto al material informativo: a través de la documentación y la observación, se evidenció que existe material promocional e informativo impreso y en internet sobre las siete regiones turísticas del país; sin embargo, los materiales contenían información por región y carecían de información específica de los municipios alrededor del lago. Esto se ratificó en las entrevistas realizadas a los delegados de cada unidad de servicios de la subdelegación.

En cuanto a la comunicación externa: se observó y evidenció en las entrevistas individuales que la oficina subregional recibe material informativo y promocional desarrollado por regiones por parte de la Direcciones de Mercadeo y Desarrollo de Producto Turístico ubicado en oficinas centrales de la institución; sin embargo, la mayoría de estos materiales carecen de información específica por cada municipio priorizado del Lago Atitlán.

Se evidenció que de los tres municipios con alta demanda y oferta en turismo es el municipio de San Juan La Laguna, el cual destacó (durante la temporalidad del desarrollo del estudio de diagnóstico) debido a que fue por el que más se realizaban consultas por parte de los turistas nacionales y extranjeros, así mismo, el que cuenta mayor y variada oferta de actividades y sitios de interés turístico, pero que no cuenta con información de dichas actividades.

Se evidenció a través de la observación y la entrevista con la delgada subdepartamental, la necesidad de crear y actualizar la información de los destinos turísticos alrededor del lago Atitlán por municipio. Y dado el contexto de COVID-19, las consultas a sitios web resulta ser una solución a la actual necesidad.

Se evidenció que, actualmente los municipios de Panajachel y San Pedro la Laguna desarrollan páginas *web* con contenido de valor turístico. Se concluye entonces, la necesidad de crear un plan de comunicación para los municipios que también cuentan con alta demanda por parte del turista: San Juan La Laguna, Santa Catarina y San Antonio Palopó y que aún no cuentan con este recurso.

En las entrevistas se evidenció que la información y lineamientos sobre información dirigida al grupo objetivo venía de oficinas centrales, y que, a nivel local, la oficina subregional participa remotamente colaborando con información de los sitios turísticos del departamento y que carece de conocimiento sobre como la comunicación externa puede apoyar a la oficina subregional.

## 1.18 FODA

El análisis FODA como herramienta del diagnóstico comunicacional, se utiliza para analizar estrategias y proveer soluciones a problemas comunicacionales en las organizaciones. Las



estrategias o acciones buscan apoyar la solución de un problema identificado o potenciar el buen funcionamiento de una organización. Su importancia radica en identificar las fortalezas y oportunidades que tiene una organización, al mismo tiempo que se reconocen las debilidades y amenazas, dichos elementos facilitan o limitan el alcance de los objetivos de las organizaciones o empresas.

Las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas de una organización se identifican a través de la recolección, análisis e interpretación de datos. Como parte del hilo conductor del proceso del diagnóstico, el FODA permite desarrollar un esquema en el que se identifican, los factores internos y externos que buscarán maximizar las fortalezas y oportunidades; y minimizar las debilidades y amenazas.

Tabla 1

Fortalezas (internas)	Oportunidades (externas)
a) En general el personal de la Oficina Subregional VI tiene un buen conocimiento sobre la misión, visión, objetivos y valores de la institución.	a) La delegada subdepartamental mantiene y promueve buenas relaciones interinstitucionales con las autoridades locales y regionales.
b) Se mantiene buena comunicación organizacional tanto entre los miembros del equipo de la sede subregional, como con el personal de oficinas centrales de la institución. Hacen uso de las TIC. (Tecnologías de información y comunicación).	b) Los representantes de las unidades de: Inscripción y Verificación de Empresas Turísticas, Información y del Programa de Asistencia al Turista, en conjunto promueven actividades y brindan apoyo al turismo y a los prestadores de servicio.
c) Existe un ambiente de responsabilidad individual, en cuanto a alcanzar los objetivos y metas de sus funciones individuales y por ende de la organización.	c) La delegada subdepartamental apoya a las autoridades locales en la promoción de los sitios turísticos de los distintos municipios de los departamentos y promueve la creación de las Oficinas Municipales de Turismo.

d) Se implementan y promueven reuniones mensuales, presenciales virtuales. Además, se desarrollan capacitaciones y manuales para mantener al personal informado y actualizado.	d) El delegado del Programa de Asistencia al Turista, PROATUR, mantiene buenas relaciones institucionales con autoridades locales, nacionales y embajadas internacionales presentes en el país.
El personal cuenta con el uso de redes sociales y aplicaciones de <i>internet</i> : <i>WhatsApp</i> , <i>Zoom</i> , correo electrónico.	e) El representante de la Unidad de Información Turística, mantiene actualizadas sus bases de datos respecto a sitios turísticos, actividades turísticas, recomendaciones y planes de viajes, con el apoyo de los prestadores de servicios, ya que también envían sus actualizaciones de información a dicha unidad.
f) La delegada subdepartamental mantiene actitud de liderazgo y brinda apoyo técnico a los demás miembros de la oficina.	f) El representante de Inscripción y Verificación de Empresas Turísticas, brinda asistencia en oficina y en visitas personales a los establecimientos inscritos.
<b>Debilidades (internas)</b>	<b>Amenazas (externas)</b>
a) La estructura organizacional de las oficinas subregionales se encuentra en proceso de reestructuración por lo que no cuenta, en el momento de la investigación, con un organigrama que defina la estructura organizacional específica de la Oficina Subregional VI de INGUAT.	a) Mantener credibilidad respecto al apoyo y asistencia que brinda la institución a los prestadores de servicios y a los turistas, tomando en cuenta el contexto de recuperación del turismo durante y posterior a COVID-19.
b) Por políticas de la institución, la sede no cuenta con página <i>web</i> propia, ni con redes sociales. Tampoco, existe una página <i>web</i> ni redes sociales de turismo específicas del Lago Atitlán o de Sololá.	b) Que la información que brinda la Unidad respectiva mantenga constantemente sus bases de datos actualizadas para brindar información fidedigna.

<p>c) Las jefaturas inmediatas de las unidades en la oficina subregional se encuentran físicamente en las oficinas centrales del INGUAT.</p>	<p>c) Que la Unidad de Inscripción y Verificación de Empresas turísticas incentive de forma efectiva la inscripción de dichas empresas y cumplan con la debida inscripción y pago de impuestos relacionados a las actividades turísticas.</p>
<p>d) La oficina subregional puede mejorar el alcance del objetivo de promover los sitios turísticos de los municipios a través de planes de comunicación que promuevan aquellos con potencial de oferta y demanda, tales como: Santa Catarina Palopó, San Antonio Palopó y San Juan La Laguna.</p>	<p>d) Que las Unidades de la sede y el Programa de Asistencia al Turista, PROATUR, alcancen los objetivos de sus indicadores de éxito.</p>
<p>e) El servicio de internet no es un insumo permanente.</p>	<p>e) Que la oficina subregional no participe en la generación de información y promoción del turismo de los municipios con alto potencial para el segmento turístico.</p>
<p>f) Carencia de materiales y medios de información turística específica por cada municipio en los alrededores del lago y de sus distintos segmentos: bodas, turismo de aventura, cultural, religioso, salud y bienestar, deportes, de reuniones, gastronómico y de naturaleza de cada uno de los municipios con alto potencial y oferta y demanda en el segmento turístico.</p>	
<p>g) La oficina subregional no cuenta con una persona o unidad de comunicación.</p>	

<p>h) No se detectó un plan de comunicación de la oficina subregional para el apoyo de recuperación y promoción del turismo específico de los municipios de la Cuenca Baja del lago Atitlán. En especial aquellos con demanda y oferta turística ya establecida como San Juan La Laguna, Santa Catarina y San Antonio Palopó.</p>	
---	--

Fuente: elaboración propia.

### 1.19 Problemas detectados

Dentro de los problemas globales detectados se encuentra que la oficina subregional no cuenta con una persona o unidad de comunicación que se dedique a solventar las necesidades específicas de la sede y que permita plantear mecanismos que puedan apoyar a la comunicación interna y externa, siguiendo los lineamientos establecidos por las direcciones de Desarrollo de Producto Turístico y Dirección de Mercadeo, las cuales definen las estrategias y planes comunicacionales de la institución.

Por tal motivo, no se cuenta con una estrategia comunicacional específica para la sede y por ende para el departamento de Sololá y los municipios con alto potencial para el turismo, esto dificulta el alcance del objetivo de promover los sitios turísticos por municipio. Tanto el material impreso y digital se presenta por regiones y dicha información tiende a ser regional y no a nivel local, por tanto, requiere una constante actualización.

Se detectó la necesidad de generar información de todos los segmentos turísticos disponibles en la San Juan La Laguna, Santa Catalina y San Antonio Palopó sobre los segmentos de: bodas, turismo de aventura, cultural, religioso, salud y bienestar, deportes, de reuniones, gastronómico y de naturaleza de cada uno de los municipios con alto potencial y oferta y demanda en el segmento turístico.

No existen medios digitales como sitios *web* y redes sociales en los que se pueda facilitar información en línea específica de cada uno de los municipios de San Juan La Laguna, Santa Catarina y San Antonio Palopó para apoyar en la promoción del turismo, principalmente en el contexto de la pandemia COVID-19, dado que las consultas a los sitios web ha sido un canal de información efectivo por facilitar información rápida y de acceso gratuito.

En cuanto a comunicación interna: se detectaron problemas en la definición de la estructura organizacional de la oficina subregional, debido a que la oficina subregional se encuentra en un proceso de reestructuración en su organización, la cual será determinada a corto plazo, por las Direcciones de Desarrollo de Producto Turístico y de las Direcciones Generales. Cuando se realizó el diagnóstico de comunicación aún no se contaba con el organigrama de la oficina subregional.

Por políticas de la institución la oficina subregional VI de Panajachel de INGUAT no cuenta con página *web* propia, ni con redes sociales propias para dar a conocer los logros alcanzados, noticias, promover o informar sobre la actividad turística en el departamento de Sololá y de cada uno de los municipios priorizados o con potencial turístico.

En cuanto al alcance y delimitación, se concluye que debido a que el problema comunicacional externo es el que está en condiciones de resolver por medio de un proyecto presentado por parte del Ejercicio de Práctica Supervisada de Licenciatura en Comunicación, este es el que cuenta con más viabilidad de participación de parte la estudiante de EPS, y al que se puede dar solución; mientras que, el problema de comunicación interna puede ser resuelto sin la participación de la estudiante del EPS.

## 1.20 Planteamiento del problema comunicacional

Dado que la Oficina Subregional VI de INGUAT no posee una estrategia de comunicación externa para la promoción turística del municipio de San Juan La Laguna, ¿sería de beneficio implementar una estrategia de comunicación externa enfocada en contribuir al alcance de los objetivos de la Oficina Subregional VI de INGUAT para la promoción del turismo del municipio de San Juan La Laguna en el contexto de la pandemia COVID-19?

Se considera que sería de beneficio conforme lo expuesto en los hallazgos encontrados en el diagnóstico comunicacional y en la interpretación de resultados, dentro de los cuales, se determinó la necesidad de implementar una estrategia de comunicación externa que genere contenido de valor turístico por segmentos y que dicho contenido se difunda por medio de un sitio web enfocado a la promoción turística.

### 1.21 Indicadores de éxito

Con base en la investigación realizada, se identificaron los recursos con los que cuenta la institución y que podrían utilizarse en el alcance de los objetivos de la estrategia de comunicación. Dichos recursos establecen las posibilidades de solucionar el problema detectado en el diagnóstico.

- a) La oficina subregional cuenta con el recurso humano y operativo calificado y con experiencia en turismo.
  
- b) Los delegados de las unidades de servicios en la sede, mantienen constante y estable relación con los prestadores de servicios, autoridades locales y entes privados y públicos relacionados al turismo. Estas redes intersectoriales en general, están en la buena disposición de participar y apoyar en el desarrollo e implementación de proyectos de promoción turística de los municipios de la cuenca baja del Lago Atitlán y del departamento de Sololá.
  
- c) La sede cuenta con los insumos necesarios como mobiliario y equipo de movilización para el desarrollo del proyecto, entre estos: automóviles, equipo de oficina, coordinación de reuniones virtuales y presenciales, giras de familiarización, material impreso y digital en la biblioteca de la sede.
  
- d) Las unidades que conforman la oficina subregional: Información Turística, Programa de Asistencia Turística, PROATUR e Información Turística están en la disposición de apoyar en el desarrollo de la estrategia de comunicación, ponen a disposición apoyo en convocatorias y

solicitudes dirigidas a los prestadores de servicios y sitios turísticos y tours, guías comunitarios y locales de turismo.

e) Se cuenta con el apoyo de la delegada Subdepartamental, en lo que concierne al cumplimiento de procesos, protocolos y políticas a seguir para el desarrollo de proyectos multisectoriales de turismo.

### 1.22 Proyecto a desarrollar

Diagnóstico y estrategia de comunicación externa de la Oficina Subregional VI INGUAT, para la promoción turística del municipio de San Juan La Laguna, Sololá, en el contexto de COVID-19.

## **Capítulo 2**

### **Plan Estratégico de comunicación**

#### **2.1 Plan estratégico de comunicación**

La industria turística en Guatemala contribuye tanto al desarrollo económico, como en el desarrollo social y cultural del país. El Banco de Guatemala (2018) citado en INGUAT (2019) afirma que:

El turismo representa una de las principales actividades económicas para Guatemala, posicionándose desde hace más de 10 años como la segunda actividad generadora de ingresos por divisas (la primera fuente son las remesas familiares) y la primera en términos de industria exportadora (p.14).

A causa de la pandemia COVID-19, durante el año 2020 y lo que va del 2021, las comunidades que dependen en gran parte del sector turístico en Guatemala han visto afectada su economía, y algunas de ellas fueron obligadas a cerrar sus negocios o a disminuir las plazas de empleo. Una de estas comunidades es el municipio de San Juan La Laguna, en Sololá; ubicado en la cuenca baja del lago Atitlán y uno de los que cuenta con variada oferta para el turismo en el área del altiplano.

Por tal motivo, el presente plan estratégico de comunicación está dirigido a la comunicación externa de la Oficina Subregional, INGUAT, Panajachel; con el fin de contribuir en la reactivación y promoción del turismo de San Juan La Laguna, dado que la institución es el ente rector del turismo del país. Y ante la actual necesidad, el plan se enfocará en dos ejes: contribuir a la recuperación y promoción del segmento turístico del municipio de San Juan La Laguna y al fortalecimiento de las relaciones intersectoriales del mismo.

El plan está dirigido a los turistas nacionales y extranjeros. Los beneficiarios serán los prestadores de servicios, cooperativas y asociaciones con enfoque turístico, tiendas de artesanías, galerías de arte local. En el proceso del plan de comunicación participará un grupo multisectorial compuesto por autoridades municipales, asociaciones y cooperativas con enfoque social y turístico, prestadores de servicios y la delegación subdepartamental del INGUAT.

Se utilizará el modelo de comunicación informativa o instrumental, el cual será el eje transversal en la construcción de los mensajes y la información a incluir en el plan. La comunicación



informativa tiene como fin el informar y difundir de forma eficiente. “Dentro de sus características están dar énfasis en el emisor, dar a conocer y resaltar sus atributos, es unidireccional, utiliza un contenido seductor y permite llegar en poco tiempo a su receptor” (Henz et al., 2012. p.23).

## 2.2 Misión del plan estratégico de comunicación

Apoyar al ente rector del turismo en Guatemala en su labor de promoción, fomento y desarrollo sostenible de la industria turística en beneficio de visitantes, prestadores de servicios y de la comunidad receptora de San Juan La Laguna en el departamento de Sololá, en el contexto de COVID-19, con el uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC).

## 2.3 Visión del plan estratégico de comunicación

Ser un referente en la promoción del turismo de Sololá, para el beneficio del municipio de San Juan La Laguna y de los municipios con potencial turístico ubicados en la cuenca baja del lago de Atitlán, por medio de la oficina subregional de INGUAT VI Panajachel. En función de fortalecer la promoción turística, con la participación de instituciones públicas y privadas, y para el beneficio de los prestadores de servicios, sitios turísticos, turistas y comunidad receptora.

## 2.4 Elementos comunicacionales

Con el fin de orientar la investigación, es necesario conceptualizar los términos que se utilizarán en el plan de comunicación a manera de identificar los elementos que intervienen en su proceso. Existen varias definiciones sobre la comunicación, una de ellas es la definición elaborada por la UNESCO (1980) citada por Henz et al. sobre la comunicación como la que “sostiene y anima la vida, es motor de expresión de la actividad social y de la civilización (...) es la fuente común de la cual se toman las ideas, fortalece el sentimiento de pertenecer a una misma comunidad” (2012. p.15).

La comunicación es parte de la existencia del ser humano, que por naturaleza es un ser social que necesita transmitir sus ideas y emociones para conectarse con los demás, tal como refiere la definición de la UNESCO, el ser humano necesita sentirse parte de una comunidad. Para

comunicase utiliza un lenguaje, el cual puede transmitirse por medio de gestos, palabras, acciones o incluso el silencio. La comunicación esta influenciada por la historia, cultura, conocimiento, experiencias individuales y colectivas.

En el proceso de la comunicación participan elementos básicos: emisor, receptor, mensaje, código, canal de comunicación y la retroalimentación. En canto al emisor, es la persona que crea el mensaje, elige un código y un canal para transmitir el mensaje al receptor quien “intentará entender sin errores o “ruidos”, aquello que fue creados por otros” (Henz et al., 2012. p. 17). En esta estrategia de comunicación, el emisor se representa por el grupo de prestadores de servicios turísticos del municipio de San Juan La Laguna.

En cuanto al receptor, es el destinatario del mensaje. En un tipo de comunicación vincular o bidireccional, el destinatario, tiene una reacción ante el mensaje que recibe y lo decodifica, estructura un nuevo mensaje para responder, elige un canal para dar retroalimentación al emisor del mensaje inicial y también elige un código. El receptor del mensaje en el presente plan de comunicación lo conforma el turista nacional y extranjero con alto potencial de visitar el lago Atitlán y específicamente el municipio de San Juan La Laguna.

El canal es el medio por el que se transmite el mensaje, sea este teléfono, *internet*, correo electrónico, televisión, entre otros. En el plan de comunicación, este elemento será visual, por medio de las tecnologías de la información y de la comunicación (TIC): un sitio *web*. En el contexto de la pandemia COVID-19, ha sido una de las herramientas más utilizadas debido a su fácil acceso y que no genera un costo para el receptor o públicos.

En cuanto al código, se refiere al lenguaje en el que se transmitirá el mensaje. Puede a través de sonidos como palabras, signos escritos o gestos. En el plan de comunicación, se hará uso de las TIC los códigos serán signos escritos en idioma español, inglés, alemán y francés, además visuales como fotografías en formato digital, información que se ubicará en la plataforma *web*, en el *internet*.

En cuanto a las barreras de comunicación se refiere a las actitudes personales, juicios individuales o colectivos; conforme la Blanco & Lobato (2010) citado por Universidad ECOTEC (2016, p. 48), definen las barreras de la comunicación como “aquellos obstáculos o interferencias que pueden alterar la trasmisión del mensaje, llegando incluso a impedir la comprensión de estos”. En el presente plan de comunicación tales barreras podrían ser el idioma, en el municipio se hablan tres: dos mayas y el castellano y el receptor habla: español, inglés, francés o alemán.

La comunicación organizacional, es “el proceso básico necesario para el funcionamiento de cualquier tipología de organización. Está considerada como una herramienta clave, que permite la actividad de la institución, tiene su base en el intercambio de información entre los distintos niveles y posiciones” (Universidad ECOTEC, 2016, p.41).

En cuanto a la comunicación externa, es la que está dirigida a sus públicos fuera de la organización. En el presente plan de comunicación lo representa el turista nacional y extranjero, los prestadores de servicios y entidades involucradas en el desarrollo de la actividad turística del municipio de San Juan La Laguna.

En cuanto a la comunicación interna, es la que encamina sus objetivos a mejorar o mantener las relaciones internas de todos los colaboradores de una organización. Los esfuerzos están encaminados al desarrollo de ambientes organizacionales más saludables.

## 2.5 Alcances y límites de la estrategia

a) En cuanto a los alcances: para la implementación del plan de comunicación se determinó que la ejecución será en los meses de julio y agosto 2021. El plan estratégico conforma dos fases. La primera, en la que se generará el contenido de valor turístico. La segunda, para la construcción de del sitio *web* y aplicar en este el contenido de valor generado y apoyar en la candidatura del municipio en la iniciativa *Best Tourism Villages* de la OMT.

b) Sobre los temas a abordar en los productos de comunicación, se aprobó el desarrollo de contenido turístico para los segmentos: turismo rural y comunitario, gastronómico, *tours*,

tradiciones y cultura Tz'utujil, sitios turísticos, cooperativas y asociaciones con enfoque turístico, asociaciones de mujeres tejedoras, galerías de arte y prestadores de servicios como hoteles, restaurantes, cafés del municipio de San Juan La Laguna.

c) El alcance territorial se enfocará en la cabecera municipal y se incluirán algunos aspectos del turismo de naturaleza de las aldeas: Panyebar, Palestina y Pasajquím.

Respecto a los límites se identificó:

a) La estrategia de comunicación se limitará a dar sugerencias para su mantenimiento o actualización para el siguiente año.

b) Las acciones estarán dirigidas a la comunicación externa, la cual contará con el recurso humano, financiero, administrativo; proporcionado por la Oficina Subregional VI de INGUAT y los disponga la Municipalidad de San Juan La Laguna.

c) Respecto al reconocimiento de recursos, se cuenta con el recurso humano, tecnológico y socialización por parte de la Oficina Subdepartamental del INGUAT en Panajachel y por parte de la Municipalidad de San Juan La Laguna; con el recurso financiero para la compra de los insumos básicos para el desarrollo del sitio *web*: hospedaje *web*, dominio *web* y *plug-in* multi- idiomas. La estudiante de EPS recibirá el apoyo de la persona encargada de Comunicación de la municipalidad en el desarrollo del sitio *web*.

## 2.6 Metodología para la aplicación de la estrategia comunicacional

Los pasos metodológicos para la aplicación del plan de comunicación comprenden: un diagnóstico comunicacional desarrollado en la Oficina Subdepartamental VI de INGUAT en Panajachel, el cual tuvo como objetivo general: analizar la situación actual de la comunicación interna y externa de la Oficina subregional de INGUAT en Panajachel, para contribuir a la solución de un problema detectado.

Para tal fin, se establecieron los objetivos específicos como la ruta para alcanzar el objetivo general, los cuales son: evaluar la comunicación externa de las unidades que conforman la Oficina subregional de INGUAT, Panajachel. (Unidad de Registro de Servicios Turísticos, Información Turística y del Programa de Asistencia al Turista). Además de identificar el problema de comunicación por medio de un diagnóstico comunicacional desarrollado en la oficina subregional INGUAT, Panajachel.

Conforme a la clasificación de Danke (2010) citado en Piloña (2016, p.10) la investigación descriptiva es la que relata una situación a detalle, puede predecir eventos, describe relaciones, entornos, contextualiza, características, propiedades, dimensiones, formas y relaciones. Y según las bases teóricas de Sampieri sobre los enfoques de la investigación, cualitativa, cuantitativa y mixta. La investigadora las tomó como bases teóricas para determinar tanto el tipo de investigación, como el enfoque conforme a los objetivos establecidos en los objetivos del diagnóstico de comunicación.

La investigadora tomó en consideración las características y bondades del tipo de investigación de enfoque cualitativa por su capacidad de contextualizar, profundizar y recabar información a detalle, principalmente en situaciones complejas donde la riqueza interpretativa es prioridad. La investigadora se enfocó en recolectar información para conocer cómo se relaciona entre sí el personal de las unidades de servicios de la sede y cómo se relacionan estas unidades con sus los prestadores de servicios.

Una vez que se determinó el objeto de estudio y el tipo de investigación y su enfoque, la investigadora se orientó en familiarizarse con el personal y conocer a profundidad a la institución y la Oficina Subregional, se dirigió en conocer los valores, misión, visión de la institución, aspectos estructurales y conductuales internas y su interacción de estos con su público externo, con el “objetivo debe colocar la atención en la idea fundamental de la investigación” (Sampieri, 2014, p. 358).

En cuanto a la muestra, conforme afirma Sampieri, la muestra en el proceso cualitativo se conforma por un “grupo de personas, eventos, sucesos, comunidades, etc., sobre el cual se habrán de recolectar los datos, sin que necesariamente sea estadísticamente representativo del universo o población que se estudia” (Sampieri, 2014, p. 384). La muestra la conformaron todos los representantes o delegados de las unidades de la Oficina Subdepartamental de INGUAT, Panajachel, y la Delegada Subdepartamental, como fuente primaria de información.

En cuanto a las técnicas de recolección: la observación participativa, la documentación y las entrevistas a profundidad. En ellas se logró aprovechar las bondades del enfoque cualitativo según Sampieri: profundidad, amplitud, riqueza interpretativa y contextualización del fenómeno. (Sampieri, 2014). Dichas técnicas recabaron la información con las herramientas de recolección de datos: fichas de información estructurada y en el caso de las entrevistas a profundidad; con un cuestionario compuesto por tres secciones y con preguntas abiertas.

La técnica de observación participativa, según señala Piloña, es aquella en que: “el investigador es parte o participa como ente activo integrante del fenómeno que pretende investigar” (2016, p. 79). La investigadora asistió a la Oficina Subdepartamental VI de INGUAT donde interactuó con el personal para coleccionar información de primera mano, observar las formas de comunicación entre los colaboradores internos y cómo sucede la comunicación externa de la sede, y registrar lo observado en fichas de información. De manera que pudo escuchar y palpar el contexto y los participantes observados.

La documentación, otra de las técnicas de recolección de datos mencionada por Piloña, en la que se recolecta la información “por medio de fuentes secundarias, las que describen o conservan información del objeto de estudio” (2016, p. 60). El INGUAT cuenta con una biblioteca central y tres sitios *web*, los cuales facilitaron documentos impresos y digitales los cuales fueron consultados para esta técnica de recolección.

En cuanto a la técnica de entrevistas a profundidad, fue una técnica de recolección de datos clave la cual permitió entrevistas a los delegados de las unidades de servicios en la Oficina

Subdepartamental para profundizar y complementar la información sobre puntos priorizados de la comunicación tanto interna como externa de la sede.

Como resultado de la inmersión en la implementación de la instigación descriptiva con enfoque cualitativo y sus técnicas de recolección se planteó el problema principal los cuales dieron paso a los siguientes pasos:

a) Presentación de los resultados del diagnóstico y propuesta del plan de comunicación a la delegada subdepartamental de la Oficina Subregional VI del INGUAT, con el fin de identificar recursos y definir los límites y alcances del plan.

b) Presentación de la propuesta del plan de comunicación a la Municipalidad de San Juan La Laguna con el apoyo de la delegada de la Oficina Subregional VI de INGUAT; para identificar los recursos humanos y financieros que proporcionará cada institución y los compromisos adquiridos.

c) Determinar los productos comunicacionales a desarrollar e implementar.

d) Coordinar espacios virtuales de reunión con los representantes del grupo multisectorial conformado por prestadores de servicios, asociaciones y cooperativas con enfoque turístico del municipio, autoridades municipales y representante de la sede subregional de INGUAT.

e) Socializar la convocatoria y ficha técnica para recabar la información ordenada de cada uno de los prestadores de servicios, asimismo enfatizar en las características distintivas de cada establecimiento.

e) Elaborar contenido de valor por cada segmento de turismo en San Juan La Laguna. Esta actividad involucra la gestión de: investigación, organización de la información, redacción, edición y corrección de estilo del contenido.

f) Construcción del sitio *web* por categorías y subcategorías, además de desarrollar las acciones tecnológicas y operativas.

g) Incorporar el contenido de valor generado a la plataforma *web* y corroborar su funcionalidad para alcanzar los objetivos establecidos.

h) Presentar propuesta y validación de los productos comunicacionales desarrollados, por parte del grupo multisectorial, conformado por prestadores de servicios, autoridades municipales e INGUAT VI.

i) Entrega de los productos finales a la Delegación Subdepartamental de INGUAT VI, y al Departamento de Comunicación de la Municipalidad de San Juan La Laguna; y solicitar apoyo para su difusión.

### 2.6.1 Objetivos de la estrategia

Objetivo general:

Fortalecer la comunicación externa de la Oficina Subregional VI de INGUAT, Panajachel.

Objetivos específicos:

a) Promover el turismo de San Juan La Laguna a través de generar contenido de valor por segmentos de turismo en el que se dé a conocer los atributos turísticos, culturales y naturales del municipio con el fin de transmitirlo eficientemente, a través de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) en una plataforma *web*.

b) Fortalecer las alianzas y cooperación entre las instituciones públicas y privadas, los prestadores de servicios, la comunidad receptora, autoridades municipales y la Delegación de INGUAT VI, para que, a través de la inclusión y participación de este grupo multisectorial, se contribuya a la promoción del turismo del municipio.



## 2.6.2 Acciones para conseguir los objetivos

### Producto comunicacional uno

Elaborar contenido de valor turístico por segmentos. El producto tiene como objetivo generar la información que se integrará en el sitio [www.visitsanjuanlalaguna.com.gt](http://www.visitsanjuanlalaguna.com.gt) (producto comunicacional dos) y será la fuente de referencia para la aplicación inicial de la candidatura del municipio de San Juan La Laguna en la iniciativa *Best Tourism Villages* de la Organización Mundial de Turismo UNTWO/OMT, 2021 (producto comunicacional 2). Acciones para el desarrollo del producto comunicacional uno:

- a) Investigación y documentación sobre la historia, costumbres, gastronomía, ferias patronales, atractivos turísticos, sitios naturales, tours, tiendas de artesanos y galerías de arte local y cualquier tipo de información de interés turístico del municipio.
  
- b) Coordinar una reunión presencial (tomando las medidas de prevención COVID-19), en la que asistirán las autoridades municipales y la delegada subdepartamental de INGUAT, para la presentación del plan de comunicación.
  - a) En la reunión, identificar los recursos: humano, tecnológico, técnico, financiero, administrativo, y otros que sean necesarios.
  
  - b) Redacción y diseño de la convocatoria dirigida a los prestadores de servicios turísticos.
  
  - c) Diseño de la presentación para la reunión con los prestadores de servicios, minutas de reuniones y listas de asistencia.
  
  - d) Elaboración la ficha técnica de información para la recolección de datos.
  
  - e) Difusión de la convocatoria, con el apoyo del departamento de Comunicación Social de la Municipalidad de San Juan La Laguna.
  
  - f) Presentación del plan para el desarrollo del sitio *web* a los prestadores de servicios. En la presentación participarán autoridades municipales: Alcalde Municipal y Concejales; Delegada Subdepartamental de INGUAT.

- g) Recolección de la ficha de información y material fotográfico de los prestadores de servicios.
  - h) Organización de datos, redacción, edición y corrección de estilo para cada contenido.
  - i) Validación del contenido de valor generado, por parte de la municipalidad y la delegada subdepartamental INGUAT, Panajachel.
- c) Entrega del producto comunicacional.

## Producto comunicacional dos

Construcción del sitio *web* [www.visitsanjuanlalaguna.com.gt](http://www.visitsanjuanlalaguna.com.gt) El producto es la plataforma donde se difundirá por *internet* el contenido de valor generado en el producto comunicacional uno. Acciones para el desarrollo del producto comunicacional uno:

- a) Investigación y cotización de los servicios necesarios para el desarrollo de un sitio *web*.
- b) Reunión virtual con la delegada de la oficina subregional de INGUAT y representante de la Municipalidad de San Juan La Laguna para identificar los recursos: humano, tecnológico, técnico, financiero, administrativo, necesarios para el desarrollo del sitio *web*.
- c) Gestión de compra de insumos *web*:
- d) Constructor de *web*
- e) Plantilla de *web*
- f) Dominio *web*
- g) Hospedaje *web*
- h) *Plug-in* multi-idiommas
- i) Gestión de contenidos por segmentos
- j) Aplicación de *plug-ins*
- k) Construcción de la interfase y aplicación de constructor *web*, durante esta acción se desarrollarán las categorías y subcategorías del menú principal del sitio *web*.
- l) Ordenamiento del material informativo y visual.
- m) Incorporar los elementos visuales y de texto a la plantilla *web*.
- n) Implementación de los elementos de imagen institucional.
- o) Proceso de diseño y verificación de funcionamiento de todas las funciones *plugins*.

- p) Revisión y validación de la página *web*: mesa multisectorial compuesta por delegada INGUAT y representante municipal.
- q) Entrega del producto comunicacional.

### Producto comunicacional tres

Proceso inicial de postulación del Municipio San Juan La Laguna en la iniciativa *Best Tourism Villages* INGUAT- Organización Mundial de Turismo-UNWTO/OMT.

El tercer producto comunicacional surge ante la actual necesidad de la Oficina subdepartamental INGUAT VI para presentar la candidatura del municipio de San Juan La Laguna en la iniciativa *Best Tourism Villages* de la Organización Mundial del Turismo. El desarrollo del producto contribuye a la postulación inicial que INGUAT presentará a la OMT. La iniciativa mundial tiene como objetivo destacar a los pueblos en los cuales el turismo promueve y preserva la cultura, tradiciones, diversidad al mismo tiempo que genera oportunidades de desarrollo sostenible a la comunidad receptora de turismo.

La presentación comprende los enfoques de sostenibilidad ambiental, económica, social y cultural del municipio. Para su desarrollo contempla las acciones:

- a) Documentación sobre la iniciativa de la Organización Mundial de Turismo.
- b) Obtención de los formularios para los municipios candidatos, con el fin de conocer los términos y condiciones de la candidatura.
- c) Reunión con la delegada subdepartamental para consensuar los alcances y límites de alcances de la contribución de la practicante de EPS en el proceso inicial de la candidatura del municipio.
- d) Discusión de la guía de la OMT para presentar la candidatura.
- e) Análisis y desarrollo de la justificación de la candidatura del municipio, tomando en cuenta los criterios focales requeridos: presentación del municipio, impacto económico, medio ambiental, impacto social e inclusivo.
- f) Desarrollo de presentación en *Powerpoint* para la oficina subregional VI INGUAT.
- d) Validación y entrega final de la presentación, documentación y formularios.

### 2.6.3 Indicadores para medir su cumplimiento

Para el primer producto comunicacional a desarrollar: Elaboración de contenido de valor por segmentos turísticos del municipio de San Juan La Laguna, se utilizará el indicador cualitativo de desempeño, el cual determina si un proceso u objetivo se ha alcanzado con base en completar una tarea en el tiempo determinado. En este caso, al completar el contenido de valor establecido y validado para el 15 de agosto del presente año, determinará el logro o fracaso del objetivo.

En cuanto al segundo producto comunicacional: Construcción de la página *web* [www.visitsanjuanlalaguna.com.gt](http://www.visitsanjuanlalaguna.com.gt), se medirá a través de *Google Analytics*. Conforme afirma la compañía *web* Google, la herramienta analítica *web* está diseñada para conocer el rendimiento detallado de las páginas *web*, proporciona informes sobre la cantidad de visitas, tipo de audiencias, datos demográficos, análisis gráficos y estadísticos útiles para analizar información “desde un único sitio y poder tomar decisiones mejor fundamentadas”. <https://analytics.google.com/analytics/web/provision/?hl=es#/provision> Recuperado 01 de julio de 2021.

En cuanto al tercer producto comunicacional: Proceso de postulación del Municipio San Juan La Laguna en la iniciativa *Best Tourism Villages* INGUAT- Organización Mundial de Turismo- UNWTO/OMT. Se medirá a través de la aprobación de la subdelegada departamental de la oficina VI INGUAT a través de la revisión del contenido y el cumplimiento de la base documental y el cumplimiento de los requisitos de los formularios completos para la candidatura.

### 2.6.4 Los instrumentos

Los instrumentos por utilizar serán cuestionarios, cronogramas, fichas técnicas y formularios para recabar la información de manera estructurada y uniforme. Además, se utilizarán listas de asistencia, en las reuniones virtuales y presenciales, en caso de ser presenciales se tomarán las medidas preventivas en el contexto COVID-19. Y finalmente, minutas técnicas para firmar acuerdos o compromisos adquiridos.

## 2.6.5 Actividades para la operatividad de la estrategia

### Propuesta 1: Elaborar contenido de valor por segmentos turísticos del municipio de San Juan La Laguna

La actividad consiste en generar contenido de valor turístico del municipio ordenado por segmentos: a) información general del municipio: ubicación, acceso, población, autoridades municipales, historia, cultura y tradiciones. b) Sitios turísticos: los atractivos naturales y culturales del municipio como parques naturales y recreativos. c) *Tours* y demostraciones de: teñido natural y tejido de cintura, *tour* de plantas medicinales, de miel y abejas, de producción de café, de chocolate y visitas a galerías de arte y tiendas de artesanías. d) Servicios turísticos: hoteles, restaurantes, cafés, guías de turismo, transporte turístico y servicios adicionales.

Para su desarrollo se contará con la participación de un grupo multisectorial comprendido por autoridades municipales, delegación subdepartamental del INGUAT VI y prestadores de servicios de la comunidad receptora tanto de la cabecera municipal como de las aldeas Panyebar, Palestina y Pasajquím, dado que se han determinado con prominencia y potencial para el turismo.

La información general del municipio se basará en los resultados de la investigación y documentación consultados en la biblioteca de la Oficina Subdepartamental del INGUAT en Panajachel, biblioteca del municipio, de la oficina de Información Pública Municipal; además, documentos públicos como censos realizados por el Instituto Nacional de Estadística, INE; y de la Autoridad para el Manejo Sustentable de la Cuenca del Lago Atitlán y su entorno, AMCLAE.

### Propuesta 2: Construcción del sitio *web* [www.visitsanjuanlalaguna.com.gt](http://www.visitsanjuanlalaguna.com.gt)

La actividad tiene como objetivo el desarrollo completo de un sitio *web*, el cual será la plataforma de difusión del contenido de valor turístico desarrollado en la actividad comunicacional uno. Para la construcción de la interfase: se debe gestionar la compra del constructor *web*, plantilla y *plugins* multifunciones: *slides*, efectos y la opción de multiidiomas. Estos elementos comprenden la parte de funcionamiento básico interno del sitio.

En cuanto al dominio del sitio *web* se gestionará la compra del hospedaje, nombre y extensiones para su publicación en *internet*, esto incluye el nombre: [www.visitsanjuanlalaguna](http://www.visitsanjuanlalaguna) y sus extensiones: .com.gt. Una vez establecidos los elementos de la interfase, se procederá a la construcción del menú principal y submenús, lo cual permitirá la integración del contenido de valor comprendido por información y elementos visuales como fotografías, logotipos y audiovisuales.

En cuanto a la información de los prestadores de servicios: hoteles, restaurantes, cafés, tiendas de artesanías, galerías de arte, se incorporará la información recabada a través de las fichas de información proporcionada a cada prestador de servicio durante la convocatoria presencial y digital.

En cuanto a la imagen institucional, se tomará de referencia la línea gráfica de la Municipalidad de San Juan La Laguna, dado que el producto final será administrado por su departamento de Comunicación Social permanentemente.

### Propuesta 3: Proceso de postulación del Municipio de San Juan La Laguna en la iniciativa *Best Tourism Villages* INGUAT- UNWTO/OMT

Este producto comunicacional surgió durante el tiempo de planificación de la estrategia. Consiste en brindar apoyo técnico para la investigación, redacción y diseño de la justificación inicial de la Oficina Subdepartamental INGUAT VI, para la aplicación del Municipio de San Juan La Laguna en la iniciativa *Best Tourism Villages* o Mejores Pueblos para el Turismo de la Organización Mundial de Turismo, UNWTO/OMT.

Según refiere la OMT esta es “Una iniciativa global para destacar los pueblos en los que el turismo preserva la cultura y las tradiciones, celebra la diversidad, genera oportunidades y protege la biodiversidad” Recuperado: <https://www.unwto.org/tourism-villages/es/candidaturas/> 25 de julio de 2021.

El apoyo técnico consistirá en documentarse sobre los términos y condiciones para presentar la candidatura del municipio. Completar los formularios conforme a lo establecido en la guía

proporcionada por la OMT. Redactar la justificación inicial en la que se incluirán los enfoques: económico, medioambiental, de inclusión y cultural. Además de respaldar la información proporcionada con documentos oficiales. Finalmente, se hará entrega de una presentación en PowerPoint según lo solicitado por la OMT.

El trabajo de investigación y documentación tomará como referencia la información recabada en la actividad uno, mencionada en el inciso a) del presente plan. Además de datos específicos relacionados a esta actividad consultados en la biblioteca de la Oficina Subdepartamental del INGUAT en Panajachel, la biblioteca y oficina de Información Pública Municipal; además, documentos públicos como censos realizados por el Instituto Nacional de Estadística, INE; y de la Autoridad para el Manejo Sustentable de la Cuenca del Lago Atitlán y su entorno, AMCLAE.

## 2.7 Financiamiento

La ejecución del plan de comunicación se desarrollará con recurso humano, equipo, mobiliario, insumos de oficina, transporte, fotografía, y socialización como convocatorias, pertenecientes a la Oficina Subdepartamental VI del INGUAT y de la Municipalidad de San Juan La Laguna. Las únicas compras serán por: servicio de hospedaje *web* anual por la cantidad de mil quinientos cuarenta y dos quetzales, (Q.1,542.00) y la compra de una plantilla *web* por la cantidad de: mil ciento sesenta y dos quetzales exactos, (Q.1,162.00).

El total de inversión es de: dos mil setecientos cuatro quetzales exactos (Q.2,704.00). El 100 por ciento del presupuesto será cubierto por la Municipalidad de San Juan La Laguna.

## 2.8 Presupuesto

Con el objetivo identificar la contribución en valor económico de la Estrategia de comunicación se detalla un presupuesto global según las cotizaciones realizadas por la estudiante de EPS.

Tabla 2

Concepto	Costo
Desarrollo completo de una página web a) Gestión de compra de insumos web b) Constructor de web, c) Plantilla de web, d) Dominio web e) Hospedaje web, f) Plug-in multi-idomas, g) Gestión de contenidos por segmentos, h) Aplicación de plug-ins, i) Construcción de categorías y subcategorías del menú del sitio web.	Q.27,120.00
Asesoría por servicios editoriales: Investigación, documentación, redacción, edición y corrección de estilo.	Q.30,000.00
Servicio de fotografía Fotografía de los servicios turísticos y del centro histórico del municipio.	Q.7,000.00
Servicios de diseño gráfico: adaptación de logotipos, pantones, línea gráfica institucional.	Q.3,500.00
<b>Total, proyectado</b>	<b>Q.67,620.00</b>
<b>Total, con la contribución del trabajo de EPS</b> por la compra de pantalla web, hosting por un año, <i>plug-in</i> multi-idomas). (el equivalente al 4% del total proyectado).	<b>Q2,704.00</b>

Fuente: elaboración propia.

a) Conforme la cotización de la empresa de servicios desarrollo de páginas y servicios *web*, Xum Digital, el costo por el desarrollo completo de una página (no incluye contenido) es de: veintisiete mil ciento veinte quetzales exactos (Q.27,120.00).

b) En cuanto a la asesoría por servicios editoriales para la creación de contenido turístico de las instituciones es de: treinta mil quetzales. (Q.30,000.00) esto incluye investigación, documentación, redacción, edición y corrección de estilo.

c) Respecto a los servicios de fotografía, el costo por servicio básico de fotografías conceptuales, del centro histórico del municipio, es de: siete mil quetzales exactos (Q.7,000.00).



d) Así como los servicios básicos de diseño gráfico, según la empresa Kavam: es de tres mil quinientos quetzales (Q.3,500.00).

De acuerdo con las referencias anteriores, el desarrollo del plan estratégico de comunicación tendría un costo total de sesenta y siete mil seiscientos veinte quetzales exactos, (Q.67,620.00). Dado que, el plan de comunicación se desarrollará como parte del Ejercicio Profesional Supervisado de la Licenciatura de Ciencias de la Comunicación, EPS, y conforme los acuerdos por parte de la Oficina Subdepartamental de INGUAT VI y la Municipalidad de San Juan La Laguna, el costo será por dos mil setecientos cuatro quetzales (Q2,704.00) el equivalente al 4% de lo cotizado.

## 2.9 Beneficiarios

El plan estratégico de comunicación beneficiaría en primera instancia a más de 13,400 habitantes, los cuales representan la población total del municipio de San Juan La Laguna, según la proyección del presente año (2021) del Instituto Nacional de Estadística INE. Además de beneficiar a comunidades vecinas. <https://www.ine.gob.gt/ine/proyecciones/> Recuperado 01 de julio de 2021.

Los beneficiarios primarios, serán los prestadores de servicios del municipio de San Juan La Laguna ya sea empresarios, empleados miembros de asociaciones y cooperativas de desarrollo turístico y de hoteles, restaurantes, transporte turístico, guías de turismo, empleados de sitios turísticos; además cooperativas de café, tejidos, artesanos locales, productores locales de alimentos como café, miel y plantas medicinales. Los beneficiarios secundarios, serán los turistas nacionales y extranjeros que planifican su visita turística al municipio.

## 2.10 Recursos Humanos

En cuanto al recurso humano, la Licda. Zoila Ruiz, delegada de la Oficina Subdepartamental de INGUAT, supervisará los lineamientos de la estrategia presentada por la practicante de EPS y apoyo en socializar convocatorias y reuniones con el grupo multisectorial. Supervisión de información del municipio por parte del concejal Primero, Gerardo Quiacain. Por parte del

comunicador de la municipalidad, Fisher Mendoza, el apoyo tecnológico, operativo y de difusión. Por parte de la practicante de EPS, ser la persona responsable de la ejecución de la estrategia.

## 2.11 Área geográfica de acción

Las acciones correspondientes a las actividades del plan estratégico se realizarán en la cabecera municipal de San Juan La Laguna del departamento de Sololá. Forman parte del municipio tres aldeas ubicadas fuera del área central: Palestina, Panyebar y Pasajquim, en el que conviven grupos indígenas mayas *Tzutujiles* y *Quichés*.

## 2.12 Cuadro comparativo de la estrategia

Tabla 3

Actividad o producto comunicacional	Objetivos específicos	Presupuesto	Recurso Humano	Área geográfica de impacto	Beneficiarios	Fecha de ejecución
<b>Propuesta 1: Elaborar contenido de valor por segmentos de turismo.</b>	a) Promover el turismo de San Juan La Laguna a través de generar contenido de valor por segmentos de turismo en el que se dé a conocer los atributos turísticos, culturales y naturales del municipio con el fin de transmitirlo eficientemente, a través de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) en una plataforma <i>web</i> . b) Fortalecer las alianzas y cooperación entre las instituciones	<b>Total, proyectado:</b> Q.37,000 Por servicios editoriales y fotografía.  <b>Por Contribución del trabajo de EPS:</b> No se incurrió en costos para este producto comunicacional.	1.Estudiante de EPS. 2.Encargado del Depto. Comunicación Social Municipalidad San Juan La Laguna.  3.Delegada Sub-Departamental INGUAT VI.	Municipio de San Juan La Laguna, Sololá.  Extensión territorial: 36 km cuadrados.	13,400 habitantes, población total de San Juan La Laguna.	01/07/2021 al 31/07/2021

	<p>públicas y privadas, los prestadores de servicios, la comunidad receptora, autoridades municipales y la Delegación de INGUAT VI, para que, a través de la inclusión y participación de este grupo multisectorial, se contribuya a la promoción del turismo del municipio.</p>					
<p><b>Propuesta 2: Proceso de postulación del Municipio de San Juan La Laguna en la iniciativa Best Tourism Villages INGUAT-UNWTO/OMT.</b></p>	<p>a) Promover el turismo de San Juan La Laguna a través de generar contenido de valor por segmentos de turismo en el que se dé a conocer los atributos turísticos, culturales y naturales del municipio con el fin de transmitirlo eficientemente, a través de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) en una plataforma <i>web</i>.</p> <p>b) Fortalecer las alianzas y cooperación entre las instituciones públicas y privadas, los</p>	<p><b>Contribución del trabajo de EPS:</b> No se incurrió en costos para este producto comunicacional.</p>	<p>1. Estudiante de EPS. 2. Encargado del Depto. Comunicación Social Municipalidad San Juan La Laguna. 3. Delegada Sub-Departamental INGUAT VI.</p>	<p>Municipio de San Juan La Laguna, Sololá.  Extensión territorial: 36 km cuadrados.</p>	<p>13,400 habitantes, población total de San Juan La Laguna.</p>	<p>01/07/2021 al 15/07/2021</p>

	prestadores de servicios, la comunidad receptora, autoridades municipales y la Delegación de INGUAT VI, para que, a través de la inclusión y participación de este grupo multisectorial, se contribuya a la promoción del turismo del municipio.					
<b>Propuesta 3: Construcción del sitio web.</b>	<p>a) Promover el turismo de San Juan La Laguna a través de generar contenido de valor por segmentos de turismo en el que se dé a conocer los atributos turísticos, culturales y naturales del municipio con el fin de transmitirlo eficientemente, a través de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) en una plataforma <i>web</i>.</p> <p>b) Fortalecer las alianzas y cooperación entre las instituciones públicas y privadas, los prestadores de</p>	<p>Total proyectado: Q.27,120.00</p> <p><b>Total con la contribución del trabajo de EPS: Q.2,704.00</b></p> <p>Servicio de hospedaje <i>web</i> anual: Q.1,542.00</p> <p>Plantilla <i>web</i> Q.1,162.00</p>	<p>1.Estudiante de EPS.</p> <p>2.Encargado del Depto. Comunicación Social Municipalidad San Juan La Laguna.</p> <p>3.Delegada Sub-Departamental INGUAT VI.</p>	<p>Municipio de San Juan La Laguna, Sololá.</p> <p>Extensión territorial: 36 km cuadrados.</p>	<p>13,400 habitantes, población total de San Juan La Laguna.</p>	<p>01/08/2021 al 31/08/2021</p>

	servicios, la comunidad receptora, autoridades municipales y la Delegación de INGUAT VI, para que, a través de la inclusión y participación de este grupo multisectorial, se contribuya a la promoción del turismo del municipio.					
--	---	--	--	--	--	--

Fuente: elaboración propia.

## 2.13 Cronograma del plan de comunicación

Tabla 4

Producto comunicacional	Actividades	Julio	Agosto
1. Generar contenido de valor por segmentos de turismo en San Juan La Laguna.	Convocatoria y reunión con autoridades municipales e institucionales para la presentación del plan.  Identificación de recurso humano, tecnológico, técnico, financiero, otros.  Preparación de la presentación digital y material impreso.		
	Convocatoria y reunión (virtual) para solicitar información sobre los sitios turísticos, tours, prestadores de servicios con el apoyo de delegada INGUAT VI y la Municipalidad de San Juan La Laguna.		
	Identificar y organizar la mesa multisectorial para las validaciones del contenido. (compuesta por delegada INGUAT, representante municipal y los prestadores de servicios y sitios turísticos).		

	Búsqueda de Referencias documentales y recolección de la información por prestador de servicio por segmentos.  Elaboración de ficha técnica de la información solicitada.		
	Recolección de fotografías de los prestadores de servicios o por parte de la municipalidad.		
	Desarrollo de: organización, redacción, edición y estilo del contenido.		
	Validación por parte de la mesa técnica para el contenido de valor generado.		
Producto comunicacional	Actividades	Julio	Agosto
1 Construcción del sitio <i>web</i> <a href="http://www.visitsanjuanlalaguna.com.gt">www.visitsanjuanlalaguna.com.gt</a>	Construcción de estructura de la <i>web</i> , (Categorías y subcategorías)		
	Convocatoria y reunión (virtual) para solicitar información sobre los sitios turísticos, tours, prestadores de servicios con el apoyo de delegada INGUAT VI y la Municipalidad de San Juan La Laguna.		
	Identificar y organizar la mesa multisectorial para las validaciones del contenido. (compuesta por delegada INGUAT, representante municipal y los prestadores de servicios y sitios turísticos)		
	Búsqueda de Referencias documentales y recolección de la información por prestador de servicio por segmentos.  Elaboración de ficha técnica de la información solicitada.		
	Recolección de fotografías de los prestadores de servicios o por parte de la municipalidad.		
	Desarrollo de: organización, redacción, edición y estilo del contenido.		
	Validación por parte de la mesa técnica para el contenido de valor generado.		

Producto comunicacional	Actividades	Julio	Agosto
Proceso de postulación del Municipio de San Juan La Laguna en la iniciativa <i>Best Tourism Villages</i> INGUAT-UNWTO/OMT.	Recolección de información del municipio.		
	Búsqueda de Referencias documentales y recolección de la información solicitada en los formularios y documento de aplicación de la OMT.		
	Generar contenido de valor de acuerdo con lo requerido por la Organización Mundial de Turismo y su iniciativa <i>Best Tourism Villages/</i> Mejores Pueblos turísticos del mundo.		
	Elaborar presentación en <i>Powerpoint</i> . Entrega de los formularios, documentos y presentación.		

Fuente: elaboración propia.

## Capítulo 3

### Ejecución de la estrategia

#### 3. Informe de la ejecución

##### 3.1 Ejecución 1: Contenido de valor turístico por segmentos del municipio de San Juan La Laguna, Sololá

Tabla 5

Producto comunicacional	Contenido de valor turístico por segmentos del municipio de San Juan La Laguna, Sololá.
<b>Objetivo de la actividad</b>	<p>El primer producto comunicacional es generar información de valor turístico para destacar los atributos distintivos del municipio en el que se incluya su historia, cultura, gastronomía, costumbres de sus pueblos originarios, ferias patronales, y autoridades locales. Además, obtener información de fuentes primarias sobre los sitios turísticos, actividades y servicios de la industria turística local y comunitaria, actuales y disponibles.</p> <p>El contenido es escrito, en formato digital, de tipo turístico y se comunicará a través de la redacción de notas editoriales de turismo con fotografías, fichas técnicas de información segmentadas por categorías y subcategorías en el menú del sitio <i>web</i>: <a href="http://www.visitsanjuanlalaguna.com.gt">www.visitsanjuanlalaguna.com.gt</a>.</p>
<b>Medio</b>	<p>Se utilizó las TIC, sitio <i>web</i>, además de reunión <i>Zoom</i> y correo electrónico como herramientas de comunicación para el envío y recepción de fichas de información estructuradas y convocatoria digital y presencial, esta última por tomar en consideración las medidas de prevención COVID-19. Asimismo, se realizó una presentación presencial con la mesa multisectorial convenida en el plan de comunicación.</p>



	En la reunión presencial participaron el alcalde municipal de San Juan La Laguna Profesor Flavio Joycom y concejales Municipales Primero y Tercero, la delegada de la Oficina Subregional VI INGUAT, Licda. Zoila Ruiz y distintos prestadores de servicios turísticos del municipio.
<b>Área de impacto</b>	<b>Primaria:</b> cabecera municipal de San Juan La Laguna. <b>Secundaria:</b> las aldeas fuera del área central: Palestina, Panyebar y Pasajquim.
<b>Presupuesto en esta acción</b>	Para el desarrollo de la actividad se recurrió a los recursos tanto humanos, tecnológicos, mobiliario y diseño por parte de la Municipalidad de San Juan La Laguna y de la mediación pedagógica de la estudiante de EPS y no se recurrió a un gasto económico. Sin embargo, según la cotización de la agencia consultora en comunicación Retórica, el costo por Asesoría por servicios de redacción y edición de contenido turístico, el costo es de treinta mil quetzales (Q30,000).
<b>Comprobación del material</b>	<a href="http://www.visitsanjuanlalaguna.com.gt">www.visitsanjuanlalaguna.com.gt</a> <a href="https://www.facebook.com/SanJuanSomosTodos/photos/a.112286067131423/367100181650009/">https://www.facebook.com/SanJuanSomosTodos/photos/a.112286067131423/367100181650009/</a>

Fuente: elaboración propia.

Figura 3

Convocatoria para recabar información de valor turístico del municipio.  
Dirigida a los prestadores de servicios turísticos y comunidad receptora.

## COMUNICADO

El señor Alcalde Municipal Flavio Yojcóm, el Honorable Concejo, La Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala -USAC- y con el apoyo técnico del Instituto Guatemalteco de Turismo -INGUAT-.

Con el fin de contribuir a la promoción turística del municipio de San Juan La Laguna y la recuperación del turismo en el municipio, CONVOCAN a los prestadores de servicios: tour operadores, guías de turismo, tiendas de artesanías, galerías de arte, cooperativas y asociaciones con enfoque turístico, transporte turístico (shuttles, privados, tuk-tuks), hoteles, restaurantes, sitios turísticos públicos y privados, otros relacionados al sector turístico del municipio de San Juan La Laguna.

Para que pueda formar parte de la página web dedicada a promover el turismo de San Juan La Laguna. Ya que el turismo es uno de los principales sectores que contribuye al desarrollo económico, social y cultural de Guatemala y de los países en desarrollo. (Organización Mundial del Turismo, 2020).

FECHA: lunes, 19 de Julio de 2021.

HORA: 17:00 horas (5 de la tarde).

LUGAR DE REUNION: Municipalidad de San Juan La Laguna, Sololá.



**Municipalidad de**  
San Juan La Laguna, Sololá

*Flavio Yojcom*  
Administración  
2020-2021

Ilustración: Municipalidad de San Juan La Laguna.

Fuente: elaboración propia.

Figura 4

Reunión multisectorial para la presentación del plan de comunicación. Participaron: alcalde Municipal de San Juan La Laguna, concejales municipales, delegada de la Oficina subregional INGUAT VI y prestadores de servicios de la comunidad receptora.



Fuente: propia.

Figura 5

Ficha técnica de información estructurada, dirigida a los prestadores de servicios turísticos. Se incluyó una sección por cada servicio turístico: hotel, restaurante, *tours*, tienda de artesanos, sitios turísticos. Se enfocó en conocer las características distintivas de cada establecimiento y datos de utilidad para el turista.



<b>Nombre del establecimiento:</b>	
Tipo de establecimiento:	
Teléfono:	
Email, sitio web o redes sociales.	<i>Instagram, Tik-Tok</i> , otros. Incluir nombre o vínculo.
Dirección física:	Calle, avenida, # casa, cantón, zona.
Descripción de su establecimiento:	Servicios o producto que se ofrece, características distintivas, historia de la empresa u organización, servicios complementarios.
Horario de atención:	
Costo:	Rangos de precios
<b>Tours</b>	
¿Qué debe llevar el turista?	
Distancia por recorrer	
Nivel de dificultad	
Tiempo de recorrido	
<b>Tour-operador, servicio de transporte turístico</b>	
Rutas que cubre	
Tiempo aproximado de recorrido y distancia	
Precios	
Horarios de salida	
<b>Hoteles</b>	
Tipo de habitaciones:	
Rango de precios:	
Servicios adicionales que presta:	

<b>Restaurantes y cafés</b>	
Menú	
Platos típicos de San Juan o de la región	
Horario de atención	
Rango de precios	
<b>Tiendas de artesanías</b>	
Tipo de artesanías	
Historia y quienes conforman los artesanos que venden en la tienda, de dónde son	
Describir el proceso de los productos artesanales más relevantes	
Horarios de atención	
<b>Galerías de arte, músicos</b>	
Nombre del o los artistas que exponen en la galería	
Tipo de técnica: acrílico, óleo, otros.	
Historia de la galería, pintor o pintores, reconocimientos locales o internacionales	
<b>Asociaciones u organizaciones relacionadas a productos de consumo turístico</b>	(asociaciones de café, de textiles, otros)
Quienes conforman la organización	
Como beneficia a la economía, cultura de la comunidad	
Historia	

Fuente: ilustración Propia.

### 3.2 Ejecución 2: Construcción del sitio *web* [www.visitsanjuanlalaguna.com.gt](http://www.visitsanjuanlalaguna.com.gt)

Tabla 6

<b>Producto comunicacional</b>	<b>Construcción del sitio <i>web</i> <a href="http://www.visitsanjuanlalaguna.com.gt">www.visitsanjuanlalaguna.com.gt</a></b>
<b>Objetivo de la actividad</b>	Construir un sitio <i>web</i> que contribuya a la promoción y recuperación del turismo en el municipio de San Juan La Laguna. La información que se incluye en el sitio <i>web</i> es la desarrollada en el producto de comunicación No.1. Su estructura contiene los segmentos de turismo que se encuentran disponibles en el municipio y sus aldeas. La actividad también tuvo como objetivo fortalecer las alianzas entre los prestadores de servicios turísticos, la comunidad receptora, las autoridades municipales e INGUAT, Sololá.
<b>Medio</b>	Sitio <i>web</i> . Se generó tráfico a través de la promoción y difusión en las redes sociales municipales de San Juan La Laguna y de la Oficina Subregional INGUAT VI, Panajachel; además, de las redes sociales y páginas <i>web</i> de los prestadores de servicios turísticos que participaron: restaurantes, hoteles, tiendas de artesanos, cooperativas de mujeres artesanas, galerías de arte y sitios turísticos locales.
<b>Área de impacto</b>	Nacional e internacional: turismo nacional y extranjero, a través del internet y su sitio <i>web</i> como medio de difusión y promoción.
<b>Presupuesto en esta acción</b>	Servicio de hospedaje <i>web</i> anual por la cantidad de mil quinientos cuarenta y dos quetzales, (Q.1,542.00) y la compra de una plantilla <i>web</i> por la cantidad de: mil ciento sesenta y dos quetzales exactos, (Q.1,162.00). El total de inversión es de: dos mil setecientos cuatro quetzales exactos (Q.2,704.00), monto que fue cubierto en su totalidad por la Municipalidad de San Juan La Laguna.
<b>Comprobación del material</b>	<a href="http://www.visitsanjuanlalaguna.com.gt">www.visitsanjuanlalaguna.com.gt</a>

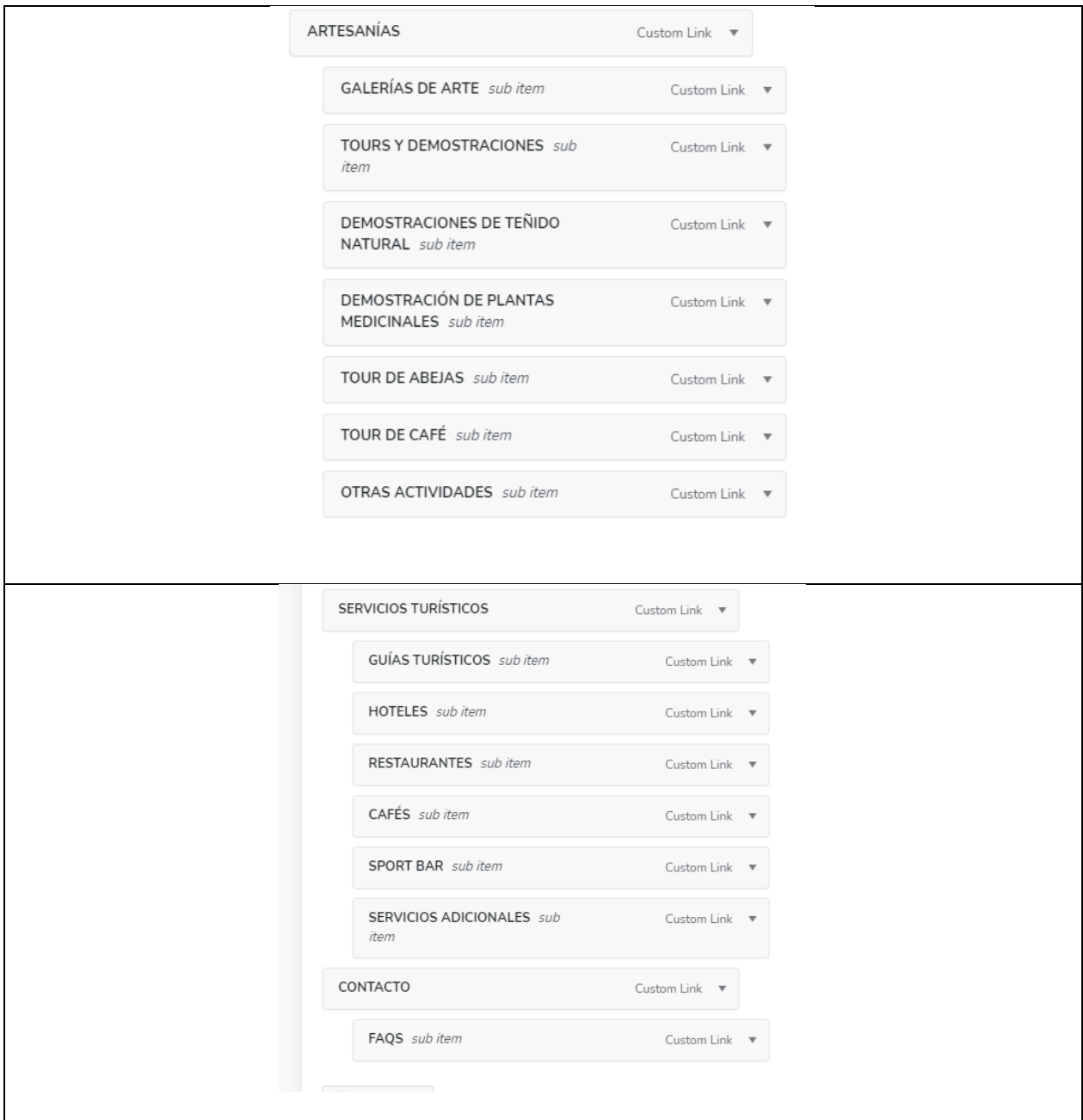
Fuente: elaboración propia.

Figura 6

Construcción de la interfaz del menú principal.  
Categorías y subcategorías.

The image displays a menu construction interface with two main sections. The top section is titled 'CONOCE SAN JUAN' and contains five sub-items: 'INFORMACIÓN GENERAL', 'Historia', 'Cultura y tradiciones', and 'Gastronomía'. The bottom section is titled 'SITIOS TURÍSTICOS' and contains six sub-items: 'MIRADOR KAQASIIWAAN', 'RUPALAJ K'ISTALIN (ROSTRO MAYA)', 'MURALES', 'PASEO CENTRO HISTÓRICO', 'PARQUE RECREATIVO XE' KAQASIIWAAN', and 'PARQUE REGIONAL CERRO PANÁN'. Each item is presented in a light gray box with a dropdown arrow on the right, indicating it is a link.

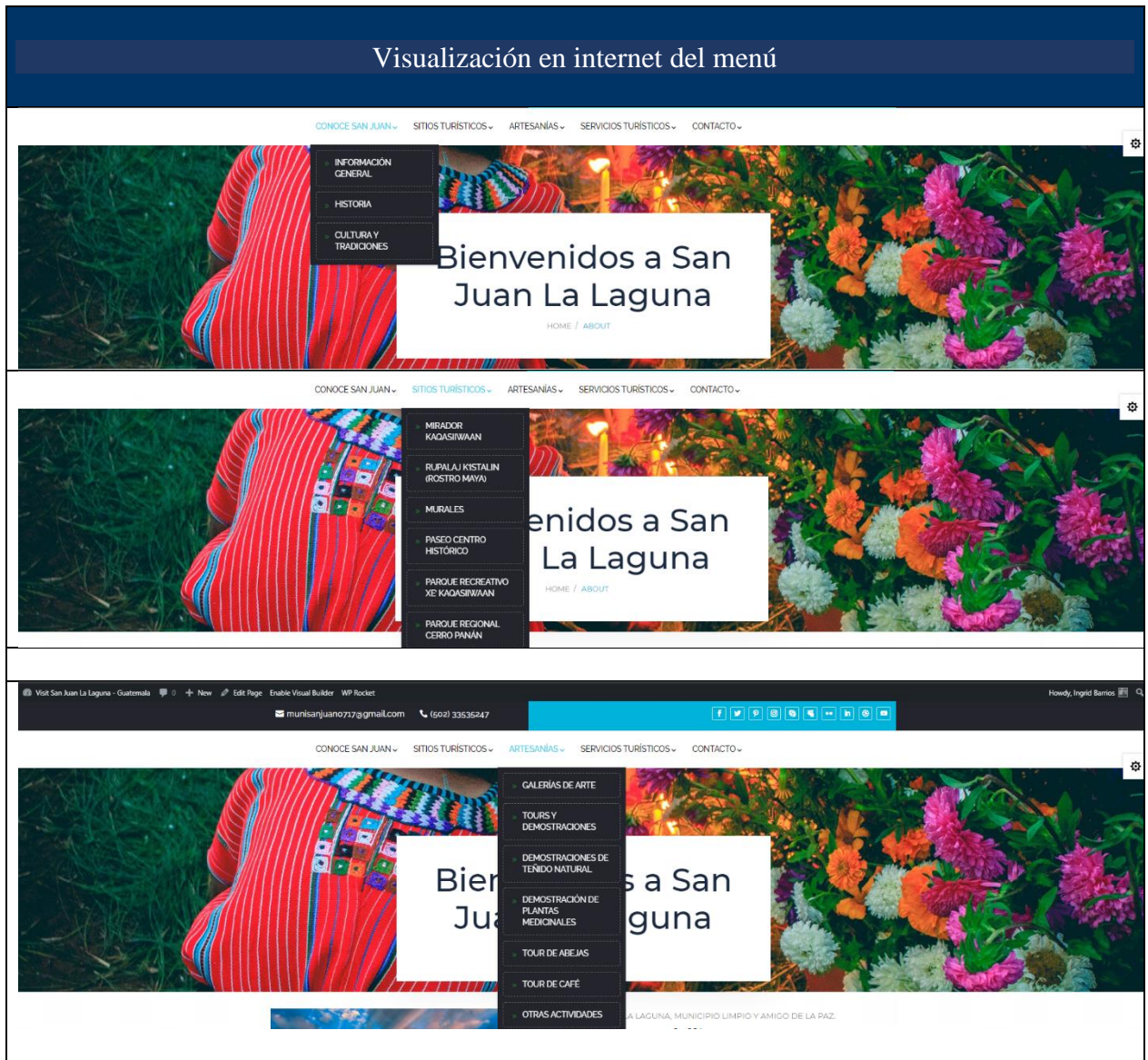
Category	Subcategory	Link Type
CONOCE SAN JUAN		Custom Link
	INFORMACIÓN GENERAL <i>sub item</i>	Xum Builder
	Historia <i>sub item</i>	Xum Builder
	Cultura y tradiciones <i>sub item</i>	Xum Builder
	Gastronomía <i>sub item</i>	Xum Builder
SITIOS TURÍSTICOS		Custom Link
	MIRADOR KAQASIIWAAN <i>sub item</i>	Custom Link
	RUPALAJ K'ISTALIN (ROSTRO MAYA) <i>sub item</i>	Custom Link
	MURALES <i>sub item</i>	Custom Link
	PASEO CENTRO HISTÓRICO <i>sub item</i>	Custom Link
	PARQUE RECREATIVO XE' KAQASIIWAAN <i>sub item</i>	Custom Link
	PARQUE REGIONAL CERRO PANÁN <i>sub item</i>	Custom Link



Fuente: Ilustración propia.



Figura 7



Fuente: Ilustración Propia.

Figura 8

Páginas completas publicadas  
www.dvisitsanjuanlalaguna.com.gt

CONOCE SAN JUAN SITOS TURÍSTICOS ARTESANÍAS SERVICIOS TURÍSTICOS CONTACTO



## Bienvenidos a San Juan La Laguna

HOME / ABOUT

### SAN JUAN LA LAGUNA, MUNICIPIO LIMPIO Y AMIGO DE LA PAZ

#### ¡Utz epejtiiik! Bienvenidos a San Juan La Laguna

San Juan La Laguna es un hermoso poblado a orillas del Lago Atitlán en el departamento de Solalá y es la cultura y arte de la herencia milenaria Maya. Dentro de sus propuestas características se encuentran los coloridos y espectaculares murales ubicados en distintos calles del pueblo, la belleza de sus textiles hechos a mano y tejidos con elementos naturales como vegetales y plantas, sus singulares artesanías y el aroma a café orgánico que perfuman sus calles.

Toda esta extraordinaria experiencia de viaje se encuentra enmarcada por el espectacular Lago Atitlán y los tres volcanes: San Pedro, Tolimán y Atitlán, los cuales pueden ser vistos en toda su majestuosidad desde los igualmente hermosos en San Juan La Laguna.

#### Año en murales y cuadros

Al recorrer las calles del pueblo, encontrarás hermosos murales (tanto de colores e historia, son las creaciones de artistas autodidactas, pintores locales que no solo plasman su arte en murales, también exponen sus cuadros en las distintas galerías de arte ubicadas en distintos puntos del municipio.

#### Tejidos a mano y tejido orgánico

Al pasearse por el centro encontrarás distintos ferreños de artesanías, uno de los más vistosos son los ferreños de artesanías y tejidos hechos a mano, también ofrecen demostraciones de tejido orgánico en el que utilizan elementos naturales como plantas, insectos y maderas.

#### Café, cacao y sabores de la gastronomía local

En tu visita podrás tomar un descanso y disfrutar de la deliciosa gastronomía local y nacional, que ofrecen los distintos restaurantes y comedores, degustar un delicioso Pan artesanal un lindo coque o disfrutar de una deliciosa taza de café orgánico y de calidad de exportación. Si es amante del chocolate y del café, te fascinará conocer la demostración del proceso del café y la demostración del cacao, en esta última conocerás el origen del cacao, se procesa la mezcla de sus distintos sabores y finalmente elaborar una exquisita taza de chocolate o una tarta de chocolate para poder llevar a casa y compartirla con tu familia y amigos.


#### Impresionante naturaleza y miradores

Puedes apreciar el lago, las montañas y el pueblo desde distintos puntos y escalas. Uno de los más vistosos miradores se encuentra en el cerro K'axob'axan. Una estructura circular que le permite admirar el lugar desde una perspectiva de 360 grados. A un costado se aprecia el famoso cerro conocido como El Abuelo Maya, al frente, en toda su magnitud el lago Atitlán, al otro costado los volcanes San Pedro, Tolimán y Atitlán y el Cerro de Dios, y en la parte inferior la vida naturalista y turística que alberga un rico ecosistema, el cual en el hogar de distintos tipos de aves, insectos y plantas naturales que podrás ver en un tour guiado.

#### Actividades para todos

Encuentras actividades para disfrutar solo o en familia. El senderismo es uno de las actividades que mejor se disfrutan al amanecer, hacer kayak o puede experimentar como se maneja en kayak (tanto personal) ubicada por artesanos locales, nadar por el lago, caminar por el centro o por los cerros para desconectarse de la vida cotidiana y conectarse con la naturaleza. San Juan La Laguna tiene actividades para todos, los niños también cuentan con un parque infantil que se ubica junto a un costado del Mirador K'axob'axan.

- ✓ Tejidos a mano y tejido orgánico
- ✓ Café, cacao y sabores de la gastronomía local
- ✓ Impresionante naturaleza y miradores




IMG\_20210812\_094200

Fuente: Ilustración propia.

Figura 9  
Páginas del submenú

CONOCE SAN JUAN - SITIOS TURÍSTICOS - ARTESANÍAS - SERVICIOS TURÍSTICOS - CONTACTO



## Información General

HOME / BLOC / BLOC DETAILS

**Explora los sitios turísticos de San Juan La Laguna**


- Sitios Turísticos
- Mirador Kaqasiwaan
- Rupatuj K'istalin (Rostro Mayal)
- Paseo Centro historico
- Parque Recreativo XelKaqasiwaan

**Contacto:**

+ (502) 3353 5247  
Municipalidad de San Juan La Laguna,  
Sololá, Guatemala, CA  
5A Avenida 6-o calle Zona 1 07017 San Juan  
La Laguna, Guatemala  
munisjuanolaj@gmail.com

TELÉFONO Y DIRECCIÓN

**Buscas cafés y restaurantes? Has click aquí**



Disfruta de la gastronomía local

**DATOS GENERALES DEL MUNICIPIO**

**Municipio:** San Juan La Laguna

**Alcalde:** Flavio José Ygüedín García

**Población:** 14,164 (RENAPO 2019) 12,202 (INECenso 2018) y Proyección año 2021: 13,400

**Departamento:** Sololá

**Cabecera municipal:** San Juan La Laguna

**Distancia desde la ciudad de Guatemala:** 171,3 km

**Vías de acceso:** vía y lacustre.

**San Juan La Laguna, municipio limpio y amigo de la paz.**

Por carretera, se accede por vía terrestre a través de la Carretera Interamericana, la cual es totalmente asfaltada, y siguiendo el desvío ubicado en el kilómetro 148 que conduce hacia Santa Clara La Laguna.

Por vía lacustre, en lancha desde distintos pueblos del lago de Atitlán.

**Ubicación:** parte occidental de la cuenca del lago de Atitlán.

**Extensión territorial:** 37,12 kilómetros cuadrados.

**Localización Geográfica:** el municipio está situado en el occidente del país, en el departamento de Sololá, colinda al Norte con el municipio de Santa Clara La Laguna y San Pablo La Laguna, al Este con el Lago de Atitlán y el municipio de San Pedro La Laguna, al Sur con el departamento de Suchitepéquez y al Oeste con los municipios de Santa Catarina (Mahuacán) y Santa María Visitación.


El municipio se compone de cuatro centros poblados: San Juan La Laguna, Palestina, Panjeybar y Pasajujm, la cabecera municipal y área urbana del municipio: San Juan La Laguna, y tres aldeas: Palestina, Panjeybar y Pasajujm, las cuales son accesibles por automóvil, vía Santa Clara La Laguna, o a pie por caminos más cortos.

**Población por comunidad lingüística:**  
El 61% habla el idioma Tz'utujil y el 49% K'iche'. Es preciso indicar que el Tz'utujil es practicado en el área urbana por el 66% de la población, y el k'iche' en un 66% de los pobladores del área rural, según Gutiérrez Vásquez, y otros, 2009.

**Clima**  
Por su ubicación geográfica el municipio posee dos climas predominantes, el primero se caracteriza por una zona de vida de bosque húmedo montano bajo subtropical (bh-Mb), por lo que el clima es templado y posee una extensión de 30,94 Km2 del municipio.  
El segundo clima se caracteriza por una zona de vida de bosque muy húmedo subtropical (bmh-Sct) por lo que el clima es cálido y posee una extensión de 4,14 Km2, colindando con el municipio de Chisec del departamento de Suchitepéquez.

El municipio se compone de cuatro centros poblados: San Juan La Laguna, Palestina, Panjeybar y Pasajujm, la cabecera municipal y área urbana del municipio: San Juan La Laguna, y tres aldeas: Palestina, Panjeybar y Pasajujm, las cuales son accesibles por automóvil, vía Santa Clara La Laguna, o a pie por caminos más cortos.

- ✓ Arte en murales y cuadros
- ✓ Sitios turísticos
- ✓ Gastronomía local




Fuente: Ilustración propia.

### 3.3 Ejecución 3: Proceso de postulación del Municipio San Juan La Laguna en la iniciativa *Best Tourism Villages* INGUAT- Organización Mundial de Turismo- UNWTO/OMT

Tabla 7

<b>Producto comunicacional</b>	<b>Proceso de postulación del Municipio San Juan La Laguna en la iniciativa <i>Best Tourism Villages</i> INGUAT- Organización Mundial de Turismo- UNWTO/OMT</b>
<b>Objetivo de la actividad</b>	Apoyar al proceso inicial para la candidatura del municipio de San Juan La Laguna, el cual fue presentado por parte de la Oficina Subregional VI INGUAT. El apoyo consistió en investigar y responder formularios y presentación inicial en formato <i>PowerPoint</i> . La información se basó en los enfoques de sostenibilidad ambiental, económica, social y cultural del municipio, con la expectativa de participar en la iniciativa mundial de Mejores Pueblos para el Turismo/ <i>Best Tourism Villages</i> , organizado por la Organización Mundial de Turismo, UNMTO/OMT.
<b>Medio</b>	Formularios digitales de la Organización Mundial de Turismo y presentación en el programa de <i>Word</i> y <i>Powerpoint</i> .
<b>Área de impacto</b>	Nivel nacional si la candidatura es aprobada por las instituciones involucradas, INGUAT, OMT.
<b>Presupuesto en esta acción</b>	Esta acción se recurrió a los recursos tanto humano, tecnológicos y diseño por parte de la Municipalidad de San Juan La Laguna y la estudiante de EPS y no se recurrió a un gasto económico.
<b>Comprobación del material</b>	<a href="https://www.unwto.org/tourism-villages/es/candidaturas/">https://www.unwto.org/tourism-villages/es/candidaturas/</a> Desarrollo de la información requerida para el proceso inicial de los formularios para la postulación del Municipio de San Juan La Laguna en la iniciativa <i>Best Tourism Villages</i> de la Organización Mundial de Turismo- UNWTO/OMT a través de la Oficina Subregional VI, INGUAT.

	<p><b>2.1 JUSTIFICACION DE LA APLICACION: POWERPOINT</b></p> <p>El municipio de San Juan La Laguna es uno de los poblados más pintorescos del departamento de Sololá, Guatemala. Se ubica a orillas del lago Atitlán, el cual es considerado el "Lago más bello del mundo" según <i>National Geographic</i>, y varios artículos de turismo internacionales. A 144 km de distancia de la Ciudad de Guatemala, sin duda, uno de los atractivos naturales y turísticos más importantes del país.</p> <p>El lago Atitlán se encuentra rodeado por tres espectaculares volcanes, los cuales pueden apreciarse desde la comunidad de San Juan La Laguna, municipio habitado principalmente por pueblos originarios <i>matxil</i> y <i>Quiché</i>, quienes mantienen vivos sus idiomas y herencia ancestral maya. El poblado se caracteriza por promover el turismo sostenible a través del trabajo en conjunto con un grupo multisectorial conformado por autoridades municipales, cooperativas y asociaciones comunitarias de café, plantas medicinales nativas, abejas, tejidos naturales a base de plantas e insectos, asociaciones de mujeres tejedoras, galerías de arte de familias locales de pintores autodidactas, quienes plasman con orgullo en cuadros y murales del camino del pueblo, la historia y tradiciones ancestrales mayas, que aún se conservan en sus creencias y modos de vida.</p> <p>La economía de San Juan La Laguna depende principalmente de la actividad agrícola y del turismo. Razón por la cual, el Instituto Guatemalteco de Turismo INGUAT, como ente rector del turismo en el país, que dirige y controla la promoción, fomento y desarrollo sostenible de la industria turística, para el beneficio de visitantes, prestadores de servicios y comunidades receptoras, apoya a través de proyectos, políticas y normas que siguen lo establecido en el Plan Maestro de Turismo Sostenible 2015-2025.</p> <p>Los criterios focales son:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sostenibilidad ambiental, económica y social</li> <li>• Coordinación participativa interinstitucional e intersectorial</li> </ul>	<p><b>Criterios focales</b></p>  <p><b>A nivel económico:</b> el turismo ha tenido un impacto positivo en el pueblo y es motor de desarrollo social, económico y cultural, dado que el ingreso de divisas por turismo es una de las principales fuentes de empleo e ingresos por familia. El pueblo se caracteriza por estar organizado por cooperativas y asociaciones de miembros locales para promover la economía con inversión local y retorno de beneficios a la comunidad, de manera de implementar un modelo de inversión de turismo comunitario. A través de las cooperativas y asociaciones se incentiva a fomentar la inversión turística, en particular para las micro, pequeñas y Medianas Empresas (MIPYMES).</p> <p><b>A nivel medio ambiental:</b> en colaboración con la COMUDE, las autoridades municipales, miembros de la comunidad, prestadores de servicios turísticos y el INGUAT, se han desarrollado varios programas para la limpieza de las orillas del lago pertenecientes al área geográfica de San Juan.</p> <p>También se implementan programas de reforestación en distintas áreas tanto centrales como en las aldeas.</p> <p>El gobierno municipal organiza la recolección de basura se basa en el reciclaje, por ello se programan días específicos para la recolección de material biodegradable, reusable y días para los no reusable, esto aplica a hoteles, restaurantes y áreas públicas.</p>
--	--	---

Fuente: elaboración propia.

Figura 10

Presentación para el proceso inicial de la postulación del Municipio de San Juan La Laguna en la iniciativa *Best Tourism Villages* de la UNWTO/OMT, presentada a la Oficina subregional VI de INGUAT.



**Municipalidad de San Juan La Laguna, Sololá**

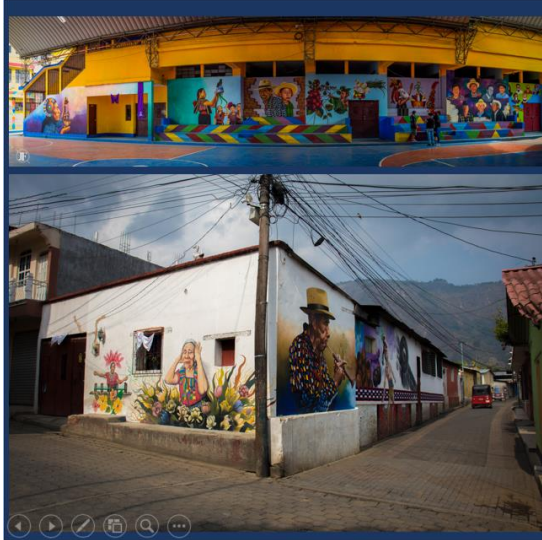


**INGUAT**  
Instituto Guatemalteco de Turismo

**INSTITUTO GUATEMALTECO DE TURISMO**



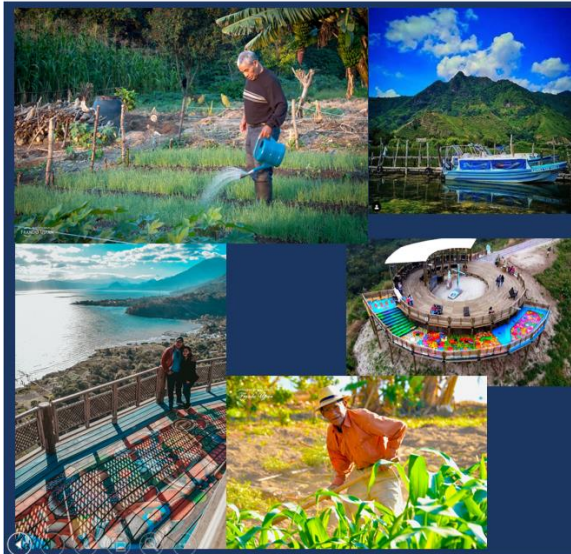
**BICENTENARIO GUATEMALA 1821-2021**



## SAN JUAN LA LAGUNA

El municipio de San Juan La Laguna es uno de los poblados más pintorescos del departamento de Sololá, Guatemala. Se ubica a orillas del lago Atitlán, el cual es considerado el "Lago más bello del mundo" según National Geographic y varios artículos de turismo internacionales. A 144 km de distancia de la Ciudad de Guatemala es, sin duda, uno de los atractivos naturales y turísticos más importantes del país.

El lago Atitlán se encuentra rodeado por tres espectaculares volcanes, los cuales pueden apreciarse desde la comunidad de San Juan La Laguna, municipio habitado principalmente por pueblos originarios *itz'utujil* y *Quiché*; quienes mantienen vivos sus idiomas y herencia ancestral maya. El poblado se caracteriza por promover el turismo sostenible a través del trabajo en conjunto con un grupo multisectorial conformado por autoridades municipales, cooperativas y asociaciones comunitarias de café, plantas medicinales nativas, abejas, tejidos naturales a base de plantas e insectos, asociaciones de mujeres tejedoras, galerías de arte de familias locales de pintores autodidactas, quienes plasman con orgullo en cuadros y murales del centro del pueblo, la historia y tradiciones ancestrales mayas, que aún se conservan en sus creencias y modos de vida.



La economía de San Juan La Laguna depende principalmente de la actividad agrícola y del turismo. Razón por la cual, el Instituto Guatemalteco de Turismo INGUAT, como ente rector del turismo en el país, que rige y controla la promoción, fomento y desarrollo sostenible de la industria turística, para el beneficio de visitantes, prestadores de servicios y comunidades receptoras, apoya a través de proyectos, políticas y normas que siguen lo establecido en el Plan Maestro de Turismo Sostenible 2015-2025.



Municipalidad de San Juan La Laguna, Sololá



INSTITUTO GUATEMALTECO DE TURISMO



## Los Criterios Focales Son:

- Sostenibilidad ambiental, económica y social.
- Coordinación participativa interinstitucional e intersectorial.



Municipalidad de San Juan La Laguna, Sololá



INSTITUTO GUATEMALTECO DE TURISMO



## A Nivel Económico:

El turismo ha tenido un impacto positivo en el pueblo y es motor de desarrollo social, económico y cultural; dado que el ingreso de divisas por turismo es una de las principales fuentes de empleo e ingresos por familia. El pueblo se caracteriza por estar organizado por cooperativas y asociaciones de miembros locales para promover la economía con inversión local y retorno de beneficios a la comunidad, de manera de implementar un modelo de inversión de turismo comunitario. A través de las cooperativas y asociaciones se incentiva a fomentar la inversión turística, en particular para las micro, pequeñas y Medianas Empresas (MIPYMES).





Municipalidad de San Juan La Laguna, Sololá



INSTITUTO GUATEMALTECO DE TURISMO



## A nivel medio ambiental:

- En colaboración con la COMUDE, las autoridades municipales, miembros de la comunidad, prestadores de servicios turísticos y el INGUAT, se han desarrollado varios programas para la limpieza de las orillas del lago pertenecientes al área geográfica de San Juan.
- También se implementan programas de reforestación en distintas áreas tanto centrales como en las aldeas.



Municipalidad de San Juan La Laguna, Sololá



INSTITUTO GUATEMALTECO DE TURISMO



El gobierno municipal organiza la recolección de basura se basa en el reciclaje, por ello se programan días específicos para la colecta de material biodegradable, reusable y días para los no reusables, esto aplica a hoteles, restaurantes y áreas públicas.

El uso adecuado del agua es imperativo en el pueblo, por lo que se promueve el uso racional del agua y desechos líquidos y duros.

Se promueve el uso de materiales biodegradables en las construcciones como hoteles, cafés y restaurantes, algunos de los cuales incluyen el uso de bambú, paredes de adobe y reuso de piedras y arena del mismo lugar de reconstrucción.





Municipalidad de San Juan La Laguna, Sololá



INSTITUTO GUATEMALTECO DE TURISMO



## A Nivel Social:

- San Juan La Laguna está conformado principalmente por pueblos originarios *tz'utujil* y *Quiché* y ladinos. Se hablan los tres idiomas. Se mantiene un espacio participativo a través del gobierno municipal y se promueven iniciativas culturales para preservar la historia, costumbres de los pueblos.
- San Juan La Laguna es un pueblo que se caracteriza por su celebración de Ceremonias Mayas y lugares sagrados ceremoniales relacionados a la espiritualidad Maya, asociada a la naturaleza.
- Las artes, el poblado se caracteriza por su arte en pintura en canvas y en murales que pueden apreciarse en el centro del pueblo.



Municipalidad de San Juan La Laguna, Sololá



INSTITUTO GUATEMALTECO DE TURISMO



- La mujer tiene un papel fundamental en la economía del pueblo, dado que ella es quien mantiene el hogar, es emprendedora y empresaria. Agrupaciones de mujeres tejedoras, de tours de plantas medicinales y comadronas. De manera que, se pueda involucrar y promover el empoderamiento de sus habitantes mujeres, dando espacio a la participación de género.

**Visita San Juan La Laguna, Cultura Y Arte Maya Vivo**

Fuente: Municipalidad de San Juan La Laguna. Ilustración: propia.

### 3.4 Actividades y calendarización

Tabla 8

		MESES DE FEBRERO A JUNIO 2021															
No	Actividades	Febrero			Marzo			Abril			Mayo			Junio			
1	Propedéutico de EPSL																
2	Elaboración y entrega de informes de la fase propedéutica y campo inicial																
3	Proceso de entrega de papelería de EPSL para completar inscripción																
4	Fase uno: diagnóstico de comunicación																
5	Documentación, observación y entrevistas a profundidad.																
6	Elaboración de documento con interpretación de resultados																
7	Entrega y revisión de informe diagnóstico de comunicación																
8	Incorporación de observaciones resultado de revisión de supervisor																
9	Presentación de resultados de diagnóstico a ONG y propuestas para plan de comunicación																
10	Fase dos: plan estratégico de comunicación																
		MESES DE JULIO A OCTUBRE 2021															
No	Actividades	Julio			Agosto			Septiembre			Octubre			Adicionales			
11	Incorporación de observaciones resultado de revisión de supervisor de fase uno																
12	Fase 3. Ejecución del Plan de comunicación																
13	Proceso de postulación San Juan La Laguna <i>Best Tourism Villages</i> INGUAT- UNWTO/OMT.																
14	Presentación del plan a INGUAT y Municipalidad de San Juan La Laguna																
15	Presentación y revisión del borrador informe final																
16	Generar contenido de valor por segmentos turísticos.																
17	Elaboración de informe final																
18	Desarrollo del sitio web de contenido turístico del municipio																
19	Entrega oficial del último producto comunicacional a INGUAT																
20	Evaluación final EPSL																

Fuente: elaboración propia

## Conclusiones

Con esta estrategia se fortaleció la comunicación externa de la Oficina Subregional VI de INGUAT, para la promoción del turismo del municipio de San Juan La Laguna, Sololá, en el contexto de la COVID-19.

Se promovió el turismo de San Juan La Laguna, a través de generar contenido de valor turístico por segmentos, en el cual se da a conocer los atributos turísticos culturales y naturales del municipio, con el fin de transmitirlo a través de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) en el sitio *web* [www.visitsanjuanlalaguna.com.gt](http://www.visitsanjuanlalaguna.com.gt), disponible en los idiomas español, inglés y alemán.

Se apoyó al fortalecimiento de las relaciones intersectoriales involucradas en la actividad turística de San Juan La Laguna, dada la participación que se mantuvo durante el desarrollo de la estrategia, en la que participaron autoridades municipales, prestadores de servicios turísticos, comunidad receptora y el ente rector de turismo del país, INGUAT por medio de la Oficina Subregional VI en Panajachel.

Se brindó apoyo técnico a la Oficina Subregional VI INGUAT, en Panajachel, para el proceso inicial de la postulación del municipio San Juan La Laguna en la iniciativa *Best Tourism Villages* presentado por INGUAT a la Organización Mundial de Turismo, UNWTO/OMT.

Se brindó apoyo técnico comunicacional a la Oficina Subregional, en temas relacionados a la promoción del turismo en el municipio de San Juan La Laguna, mediante la asistencia a reuniones con autoridades municipales y prestadores de servicios. Los temas abordados no se relacionaron directamente con la presente estrategia de comunicación; sin embargo, se apoyó en generar antecedentes para futuras acciones que promuevan el turismo del municipio.

## Recomendaciones

A la Oficina Subregional VI INGUAT, la apertura del área de comunicación social en la Oficina Subregional VI de INGUAT, para contribuir a la mejora de la comunicación interna y externa de la sede.

A la Municipalidad de San Juan La Laguna, la apertura de la Oficina Municipal de Turismo, para optimizar y brindar apoyo permanente al fortalecimiento de la actividad turística del municipio.

Tanto la Oficina Subregional VI de INGUAT y a la Municipalidad de San Juan La Laguna, la difusión y promoción permanente del sitio *web* desarrollado en la presente estrategia de comunicación, a través de redes sociales y páginas *web* institucionales, para que sea de conocimiento para los turistas nacionales y extranjeros.

Mantener activo el sitio *web* y actualizar periódicamente el material informativo y visual. Asimismo, que se asigne una persona responsable de la administración y mantenimiento técnico del mismo.

Tanto la Oficina Subregional VI de INGUAT y de la Municipalidad de San Juan La Laguna a facilitar espacios de participación y diálogo para la construcción de estrategias y proyectos de promoción y mejora del turismo sostenible en el municipio, en el que se cuente con la participación de un grupo multisectorial con enfoque de turismo sostenible y en beneficio de los turistas, prestadores de servicios y de la comunidad receptora.

Implementar y fomentar las medidas de prevención en el contexto de COVID-19 en todas las actividades turísticas del municipio.

## Referencias

- Ángélica, E., Valeria, F., & Vanesa, S. (2012). *Manual de comunicación para organizaciones sociales: hacia una gestión estratégica y participativa*. (1a. ed. ed.). Buenos Aires, Argentina: Asociación Civil Comunia.
- Chumil, C. (20 de 04 de 2021). Entrevista Diagnóstico Comunicacional Oficina Subregional VI INGUAT- Unidad Registro y verificación de empresas turísticas. (I. Barrios, Entrevistador)
- Congreso de la República, G. d. (19 de 09 de 1967). Ley Orgánica del Instituto Guatemalteco de Turismo. *Decreto 1701*, 2. Guatemala.
- García, F. C. (2009). *Teorías de la Comunicación* (1a. ed.). D.F., Mexico: McGraw Hill.
- INGUAT, I. G. (2019). *Memoria de Labores 2019*. Guatemala.
- INGUAT, I. G. (2019). *Plan de Desarrollo Turístico del Municipio de Santa Catarina Palopó, Sololá. 2020-2023*. Guatemala.
- INGUAT, I. G. (29 de 03 de 2021b). Obtenido de <https://www.visitguatemala.com/altiplano-cultura-maya-viva/>
- INGUAT, Instituto Guatemalteco de Turismo. (02 de 2011). Folleto Bienvenidos a INGUAT. 8-13. Guatemala.
- INGUAT, Instituto Guatemalteco de Turismo. (04 de 03 de 2021). [www.inguat.gob.gt](http://www.inguat.gob.gt). Obtenido de [www.inguat.gob.gt](http://www.inguat.gob.gt)
- Instituto Nacional de Estadística, INE. (6 de 07 de 2021). Obtenido de <https://www.ine.gob.gt/ine/proyecciones/>: <https://www.ine.gob.gt/ine/proyecciones/>
- MINECO, M. d. (01 de 2016). Reglamento Orgánico Interno Instituto Guatemalteco, INGUAT. 6. Guatemala.
- MINECO, M. d. (16 de 03 de 2021). [www.mineco.gob.gt](http://www.mineco.gob.gt). Obtenido de [https://www.mineco.gob.gt/sites/default/files/solola\\_2.pdf](https://www.mineco.gob.gt/sites/default/files/solola_2.pdf)
- Montoya, S. (20 de 04 de 2021). Entrevista Diagnóstico comunicacional Oficina Subregional VI INGUAT- Unidad Información Turística. (I. Barrios, Entrevistador)
- Organización Panamericana de la Salud, OPS. (2011). *Guía para la elaboración de la estrategia de comunicación de riesgo*. (V. G. Bryna Brennan, Ed.)
- Piloña, G. (2016). *Guía practica sobre métodos y técnicas de investigación documental y de campo*. Guatemala: GP Editores.

- Piloña, G. A. (2016). *Guía práctica sobre métodos y técnicas de investigación documental y de campo*. (Décima ed.). Guatemala: GP Editores.
- Ruiz, Z. (15 de 04 de 2021). Entrevista Diagnóstico Comunicacional, Oficina Subregional VI INGUAT. (I. Barrios, Entrevistador) Sololá, Panajachel, Guatemala.
- Sampieri, R. (2014). *Metodología de la Investigación* (6a. Edición ed.). D.F., México: McGraw Hill Education.
- Sergi Fabregues, J. M.-G.-H. (2016). *Técnicas de Investigación Social y Educativa*. Oberta UOC Publishing, SL.
- Tobías, J. R. (21 de 04 de 2021). Entrevista Diagnóstico Comunicacional Oficina Subregional VI INGUAT - Programa de Asistencia al Turista, PROATUR. (I. Barrios, Entrevistador)
- Universidad ECOTEC. (2016). *La cultura organizacional: eje de acción en la gestión humana*. . Samborondón, Ecuador.



## Anexo I



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

### ENTREVISTA

**Instrumento de recolección de datos: entrevista a profundidad.**

**Introducción:** Agradecimiento por su apoyo a la presente entrevista.

**Contexto de la entrevista:** La presente entrevista forma parte de la fase de Diagnóstico comunicacional del Ejercicio Profesional Supervisado, EPS, de la carrera de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala, USAC.

**Explicar las secciones de la entrevista.**

Nombre: \_\_\_\_\_

Cargo: \_\_\_\_\_

#### COMUNICACIÓN INTERNA

1. ¿Qué tipo de entidad es el Instituto Guatemalteco de Turismo, INGUAT?
2. ¿Cuándo se fundó la oficina Subregional VI de INGUAT de Panajachel?
3. ¿Cuál es el objetivo de la oficina subregional?
4. ¿Cuáles son las unidades o departamentos presentes en la Oficina Subregional VI de INGUAT?
5. ¿Cómo está compuesta actualmente la estructura organizacional de oficina subregional VI INGUAT de Panajachel?

6. ¿Podría explicarnos sobre los cambios de la actual estructura organizacional de la oficina subregional VI en comparación con la próxima reestructuración de esta?
7. ¿A quiénes están dirigidos los servicios la oficina subregional?
8. ¿Quiénes se benefician de los servicios que se facilitan?
9. ¿Cuál es su jefatura y dónde se ubica?
10. En una escala del 1 al 5, siendo 5 la puntuación máxima, ¿cómo considera que tan bien conoce la misión, visión, valores de la institución? 1. 2. 3. 4. 5.
11. En su opinión, ¿considera que cuenta con toda la información que necesita para el desempeño satisfactorio de sus funciones?
12. En el desempeño de sus funciones diarias en la sede, ¿qué medios de comunicación utiliza para comunicarse con el equipo de la oficina subregional? (*Whatsapp* reuniones presenciales, virtuales) y con qué periodicidad?
13. En una escala del 1 al 5, siendo 5 la puntuación más alta, ¿cómo considera la comunicación entre las unidades de la oficina subregional?
14. ¿Cómo se logra la comunicación de la oficina subregional con las demás oficinas regionales?
15. ¿Cómo se logra la comunicación entre la delegada con su jefatura en la sede central de INGUAT?
16. En una escala del 1 al 5, siendo 5 la puntuación más alta, ¿cómo considera la comunicación entre la unidad y la jefatura de la sede central?



## **FUNCIONES PROPIAS**

17. ¿Cuál es su puesto y cuáles son sus funciones en la oficina subregional VI?
18. ¿Cuáles son sus funciones dentro de la institución?
19. ¿Cómo consideraría que la oficina subregional trabaja en coordinación a la misión, visión y objetivos institucionales y valores de INGUAT?
20. ¿Cuánto tiempo lleva trabajando para la institución?
21. ¿Cuáles los demás miembros de la subregional la misión, visión y objetivos institucionales de INGUAT?
22. En una escala de 1 a 5 siendo 5 el máximo, ¿cómo consideraría que conocen la misión la visión, objetivos y valores del INGUAT? 1

## **COMUNICACIÓN EXTERNA**

23. ¿Cuáles son las entidades, proyectos, alianzas tiene la subdelegación? tanto locales, regionales o nacionales.
24. ¿Qué canales de comunicación utiliza para compartir información a nivel externo?
25. ¿La Unidad maneja o responde a indicadores, objetivos o metas que deben reportar o cumplir a nivel central de INGUAT?
26. ¿Cómo se genera la información y comunicación que se dirige al público externo?

27. ¿En qué actividades y en qué momentos cotidianos el desarrollo de sus labores reconoce que se requiere la intervención de la comunicación?
28. ¿Cuáles consideraría que serían las principales necesidades de la sede en las que la comunicación pueda aportar a la sede subregional?
29. ¿Cuándo se habla de aportes de comunicación a la subregional con qué acciones las asocia? (Website, generación de fuentes de información)

Fecha: \_\_\_\_\_

Hora: \_\_\_\_\_

Entrevistadora: \_\_\_\_\_

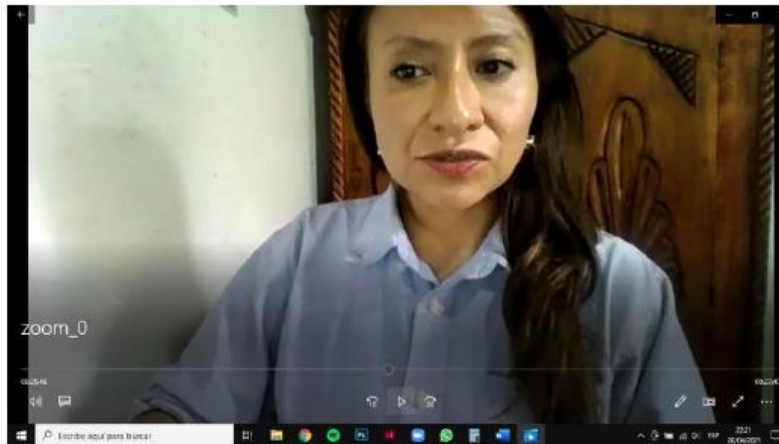


## Anexo II



### Entrevistas a profundidad

Vía Zoom con la delegada Subdepartamental INGUAT VI en Panajachel.  
Licda. Zoila Ruiz.



Vía *Zoom* con la Unidad de Información Turística, INGUAT VI.



Vía *Zoom* con la Unidad del Programa de Asistencia al Turista, PROATUR. INGUAT VI.



Vía *Zoom* con la Unidad Inscripción y Verificación de Empresas Turísticas, INGUAT VI.



Control de horas



## Anexo III



INSTITUTO  
GUATEMALTECO  
DE TURISMO



Ref. OSRS 009-2021  
Panajachel, 02 de julio de 2021

Licenciado  
Flavio Yojcom  
Alcalde Municipal  
San Juan La Laguna

Respetable Señor Alcalde

Reciba un cordial saludo del Instituto Guatemalteco de Turismo -INGUAT- a través de la Delegación Sub-Regional de Sololá.

Por este medio hacemos de su conocimiento que como institución rectora de la actividad turística seguimos trabajando para promocionar e impulsar la reactivación económica en los pueblos de la cuenca del lago de Atitlán, especialmente en este caso con San Juan la Laguna.

Por tal motivo me complace comunicarle que la Licenciada Ingrid Barrios está trabajando una propuesta de promoción y comunicación turística para su municipio, por lo que se asigna como nuestra representante para trabajar el proyecto y poder contribuir con apoyo técnico en este pintoresco lugar.

Por lo tanto solicitamos su apoyo para brindar la atención correspondiente y seguimiento en lo que pueda a la Licenciada Barrios en este interesante proyecto.

Atentamente,



Licda. Zoila Margarita Ruiz Azañón  
Delegada Sub-Regional de Sololá  
[zruiz@inguat.gob.gt](mailto:zruiz@inguat.gob.gt)  
Cel. 4801-2901

7.ª avenida 1-17 zona 4, Centro Cívico, Ciudad de Guatemala  
Teléfonos: 2290-2800

[www.inguat.gob.gt](http://www.inguat.gob.gt)

Síguenos en:  @inguat  @inguatprensa  @inguat.gob  comunicacioninguat



INSTITUTO  
GUATEMALTECO  
DE TURISMO



## MINUTA DE REUNION

<b>Fecha</b>	02/07/2021	<b>Hora Inicio</b>	10:30
<b>Lugar</b>	Despacho Municipal, San Juan La Laguna.	<b>Hora Fin</b>	12:00
<b>OBJETIVO</b>			
Presentación de Propuesta: Estrategia para la promoción e impulso para la reactivación económica y turística en los pueblos de la cuenca del lago de Atitlán.			

### ASISTENTES

ASISTENTES			
Nombre	Puesto	Asistencia	Firma o Motivo
Ingrid Barrios	USAC/ECC/EPSL	si	En documento adjunto.
Gerardo Quiacain	Concejal Primero	si	En documento adjunto.
Juan Zabala López	Concejal Tercero	si	En documento adjunto.
Zoila Ruíz	Delegada Departamental	Virtual si	En documento adjunto.

### ASUNTOS TRATADOS

- Asunto con prioridad:** Presentación de la propuesta del Plan Estratégico para la Promoción y reactivación turística del municipio de San Juan La Laguna, por parte de la Practicante de EPS Licenciatura en Ciencias de la Comunicación USAC-ECC y la Delegación Subdepartamental VI INGUAT, para la Municipalidad de San Juan La Laguna para su aprobación.
- Asunto secundario:** Identificación de recursos humanos y financieros que proporcionará cada institución y compromisos adquiridos.

### COMPROMISOS ADQUIRIDOS:

No.	ACTIVIDAD	RESPONSABLE	FECHA DE ENTREGA
1.	Convocatoria con prestadores de servicios turísticos (hoteles, tours, asociaciones, cooperativas, tiendas de artesanías, galerías de arte) para la recolección de información y fotografías de cada uno de ellos.	Sr. Eliseo Mendoza, Departamento de Comunicación de la Municipalidad de San Juan La Laguna.	Miércoles 14 de Julio de 2021.

	<p>Proveer apoyo de recurso humano y tecnológico por parte del departamento de Comunicación de la municipalidad en lo que refiere a:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Convocatorias</li> <li>• Diseño gráfico básico</li> <li>• Fotografías que puedan apoyar en el proyecto.</li> <li>• Recurso financiero para la compra de hospedaje de la página web, plantilla web y plug-ins que puedan necesitarse. (Q3,000)</li> <li>• Validación del contenido de valor desarrollado y de la página web</li> <li>• Socialización de la página web para su promoción.</li> </ul>	<p>Acordado por el Sr. Concejal Primero y Tercero.</p>	<p>Martes 31 de agosto, 2021.</p>
2.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Elaborar contenido de valor por cada segmento de turismo en San Juan La Laguna.</li> <li>• Organización, redacción, edición y corrección de estilo del contenido.</li> <li>• Asistir a la convocatoria con prestadores de servicios, asociaciones y cooperativas relacionadas al turismo en San Juan La Laguna con el fin de coleccionar información y fotografías de cada uno de ellos.</li> <li>• Construcción del producto comunicacional: página web: <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Categorías y subcategorías</li> <li>▪ Gestión de compra de insumos web: <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Constructor de web</li> <li>▪ Plantilla de web</li> <li>▪ Dominio web</li> <li>▪ Hosting</li> <li>▪ Gestión de contenidos por segmentos</li> </ul> </li> </ul> </li> </ul>	<p>Delegación Subdepartamental INGUAT, EPS Licenciatura en Ciencias de la Comunicación USAC/ECC.</p>	<p>Martes 17 de agosto, 2021.</p> <p>Viernes 27 de agosto, 2021.</p>



	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Aplicación de plug-ins</li><li>▪ Validación de la página web: mesa multisectorial compuesta por delegada INGUAT, representante municipal y los prestadores de servicios.</li></ul>		
--	--	--	--

Firman:

Lic. Gerardo Quiacain  
Concejal Primero

  
Lcda. Zoila Ruiz  
Delegada subdepartamental INGUAT E.M.L. Panajachel.





## Anexo IV

21 de junio de 2021

Cotización 2021-06-30-2-Y

Ingrid Barrios García  
EPSL- Escuela de Ciencias de la comunicación  
Universidad de San Carlos, Guatemala.

### Cotización por servicios editoriales

Estimados señores,  
Reciban saludos cordiales.

Conforme a la cotización solicitada por los servicios profesionales editoriales de contenido turístico del municipio de San Juan La Laguna, incluyen los siguientes servicios:

- Redacción
- Edición
- Corrección de estilo

Por: Q30,000.00

### **Los términos de contrato:**

50% al contratar el servicio y 50% al recibir el producto comunicacional final.

Tiempo de entrega: 8 semanas

Atentamente,

Catalina Godoy  
Comunicadora Social  
Tel. 4018 4709



### Desarrollo completo "llave en mano"

En caso de optar por nuestro servicio de "llave en mano", el presupuesto aproximado es de US **\$3.500** (Q 27.120), basado en los requisitos ya expuestos, pero sujeto a una segunda revisión para aclarar los alcances del proyecto.

Forma de pago: 50 % al iniciar el proyecto y 50 % al finalizar.

Tipo de desarrollo: 50 días naturales.

### Xum Builder : Plataforma para auto gestión de página Web

- Les permite de manera fácil:
  - Crear nuevas páginas y modificar su contenido mediante un editor visual.
  - Editar encabezados y pie de páginas globales.
  - Editar el contenido de cada página.
  - Crear elementos y botones.
  - Manejar enlaces entre las páginas Web.
  - Agregar animaciones a cada elemento.
  - Ingresar imágenes, vídeos y galerías.
  - Controlar los cambios, revertirlos y revisar cada página antes de publicarla.
  - Crear secciones testimonios, blogs, formularios y sliders.
  - Enlazar redes sociales.
  - Integrar con miles de plugins compatibles con WordPress.
  - Y mucho más.
- Inversión: **\$150** (Q 1.162) anuales

### Resumen de inversión

<b>Servicios / Montos</b>	
<i>Servicio de Hospedaje Web anual</i>	<b>\$199</b> (Q 1.542) anuales
<i>Xum Builder : Administrador de contenido</i>	<b>\$150</b> (Q 1.162) anuales
<i>Plugin para manejo de múltiples idiomas</i>	<b>\$79</b> (Q 612,14) anuales
<i>Asistencia en uso de la herramienta e instalación de plugins</i>	<b>\$30</b> (Q 232,46) por cada 30 minutos
<i>Desarrollo completo</i>	<b>\$3.500</b> (Q 27.120)



C'Alcudia de Crespins, 16  
46019, Valencia  
658623342  
G-98888639

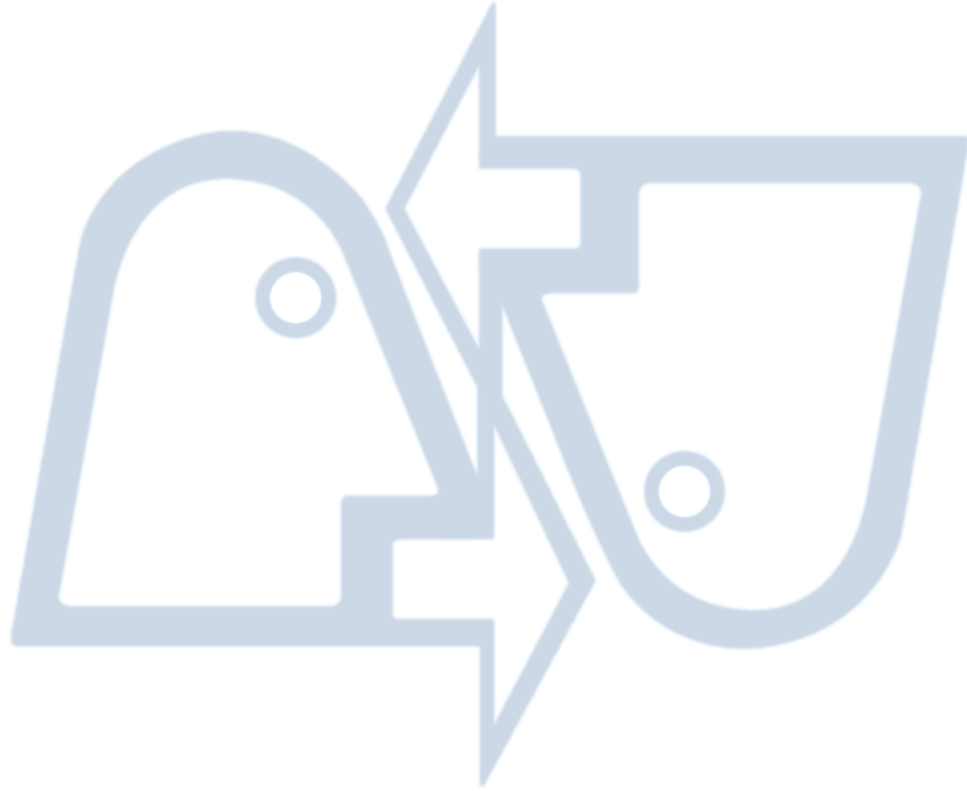
COTIZACIÓN

Fecha: 11/07/2021  
Nº Proforma: 00064

**Ingrid Barrios**  
**Ejercicio de Práctica Supervisada Licenciatura en Comunicación**  
**Universidad de San Carlos de Guatemala**  
**Guatemala.**

Descripción	Unidades	Precio unidad	Total
Diseño gráfico	1	3,500.00	3,500.00
Fotografía y gestión redes sociales	1	7,000.00	7,000.00
<b>TOTAL</b>	<b>2</b>		<b>10,500.00</b>

<b>IVA incluido</b>	
<b>Total factura</b>	<b>Q10,500.00</b>



# Comunicación

*creando futuro*