



UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO



**DIAGNÓSTICO Y PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN  
INTERNA Y EXTERNA, PARA LA MUNICIPALIDAD DE CANTEL,  
QUETZALTENANGO.**

VICTOR FRANCISCO ELIAS AGUSTIN

LICENCIADO 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 plan estratégico de comunicación interna y externa, para la municipalidad de Cantel, Quetzaltenango.**

Presentado por:

Victor Francisco Elías Agustín

Previo a optar al título de:

Licenciado en Ciencias de la Comunicación

Asesor:

M.A. Marvin Sarmientos

Guatemala, octubre 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 21 de 2021

Estudiante de EPS de Licenciatura  
Víctor Francisco Elías Agustín  
Carné: 200417702

Presente.

Para su conocimiento y efectos se hace constar que:

Después de evaluar su trabajo académico impreso y de manera virtual, titulado: **"Diagnóstico y plan estratégico de comunicación interna y externa, para la municipalidad de Cantel, Quetzaltenango"** 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:

"D Y ENSEÑAD A TODOS"



M.A. Marvin Sarmientos  
Supervisor



M.A. Evelyn Morazán  
Supervisora



Dr. José María Torres Cantero  
Coordinador





DESPACHO DE ALCALDIA  
MUNICIPALIDAD DE CANTEL

RECIBIDO  
04 MAR 2021

HORA: 10:45 FIRMA: [Signature]



Guatemala 4 de marzo de 2021  
EPSL-C043

Licenciado:

David Joel Chojolan Tzorin

Municipalidad de Cantel Quetzaltenago

Presente.

Distinguido Licenciado Chojolan:

Por medio de la presente se solicita aceptar como practicante del programa de graduación del EPS de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, al estudiante **Víctor Francisco Elias Agustin**, carné no. **200417702** 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 el 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,

“ID Y ENSEÑAD A TODOS”



Dr. José María Torres Carrera

Coordinador EPS Licenciatura en Ciencias de la Comunicación

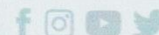
cc. Archivo

MA. Evelin Morazán

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

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

(502) 2418-8920







## Municipalidad de Cantel

Quetzaltenango, Guatemala



7763-8090 / 7763-4044



Cantel, Quetzaltenango 15 de marzo 2021

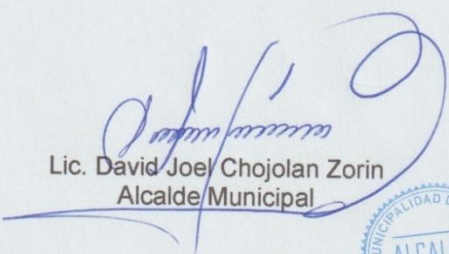
Dr. José María Torres Carrera  
Coordinador EPS Licenciatura  
Escuela de Ciencias de la Comunicación  
Universidad de San Carlos de Guatemala

Estimado Dr. Torres:

Por medio de la presente me dirijo a usted, para hacer de su conocimiento que hemos autorizado al estudiante **Victor Francisco Elias Agustin** con número de carné **200417702** de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala, la realización del Ejercicio Profesional Supervisado correspondiente a la carrera de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación en la municipalidad de Cantel, Quetzaltenango adaptándonos a las políticas de distanciamiento y protocolos sanitarios de su respetable institución.

Debiendo cumplir las prácticas en el período comprendido de marzo al mes de agosto del 2021.

Atentamente,

  
Lic. David Joel Chojolan Zorin  
Alcalde Municipal



3ª Calle y 3ª Av. Zona 1 Cantel, Quetzaltenango / <https://www.municipalidadcantel.laip.gt>

ADMINISTRACIÓN 2020 - 2024

DESARROLLO INTEGRAL CON ENFOQUE HUMANO



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



## Dedicatoria a:

Dios

Por concederme la oportunidad de culminar este trayecto, bajo su dirección.

Mis hijos

Víctor Andrés, Juan José, Lourdes Marleny, Angela Crecencia; quienes fueron fundamentales en este cierre de carrera. A su edad, muestran incondicionalmente su apoyo.

Mi esposa

Macleni Marcelina; quien me acompañó en los instantes más profundos de este trabajo y siempre estaba allí para respaldar el proyecto.

Mis padres

Félix Andrés y Crecencia quienes me inculcaron la formación académica, firme y perseverante.

Mis hermanos

Juan, María, Teresa, Catarina y Ramona, que de una u otra forma, me acompañaron en el proceso primario.

Mamá suegra

Santos Angela, quien se congratula por el éxito logrado.

Mis cuñados

Paulina & Brígido, Fredy, Virginia y Juan Carlos, por su apoyo.

Mis abuelos y hermanos ✕

Fallecidos, de manera particular mi abuela Catarina Cecilia, mis hermanos Víctor José, Angelina, Feliciano, Félix Alexander. Los recuerdo siempre.





## **Agradecimientos a:**

Mi querida Universidad de San Carlos de Guatemala.

Las autoridades académicas de la Escuela de Ciencias de la Comunicación.

Doctor José María Torres y Máster Evelin Morazán por la asesoría durante la preparación de la 16va. Cohorte Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura 2021.

Las autoridades de la municipalidad de Cantel Quetzaltenango.

Especialmente al Licenciado David Chojolan alcalde municipal y José Vicente Yac financiero municipal, por su respaldo.

Los supervisores del Ejercicio Profesional Supervisado.

Máster Evelin Hernández y Máster Marvin Sarmientos por su acompañamiento durante el proceso y calificación del proyecto.

Mis compañeros de la carrera de Ciencias de la Comunicación.

Con quienes compartimos dentro de las aulas, especialmente a los que me apoyaron de una u otra forma durante el desarrollo de estudios.

Docentes, académicos, profesionales y entidades.

Donde realicé trabajos de comunicación quienes abrieron los espacios, dando su tiempo, enseñanza en clases o practicas supervisadas.

Mis colegas de EPS 2021, particularmente a Wendy Xiomara Herrera y Claudia Cifuentes, por las sugerencias y atención que me brindaron durante el proceso.

Familiares y amigos, que estuvieron muy cerca, dándome orientaciones, asesoría o vivencias propias para concluir con este ciclo.

Mi madrina de graduación.

Yeni Gregoria Sapón y a su esposo Rigo Marcelo Tuch, por su apoyo incondicional.

A aquellas personas que me apoyaron y celebran este logro conmigo, muchas gracias por todo su cariño, afecto y aprecio.



## Índice de contenido

|                                                                             |     |
|-----------------------------------------------------------------------------|-----|
| Índice de Figuras .....                                                     | i   |
| Introducción .....                                                          | iii |
| Antecedentes .....                                                          | iv  |
| Justificación.....                                                          | v   |
| Capítulo 1 .....                                                            | 1   |
| Diagnóstico de comunicación .....                                           | 1   |
| 1.1 La Institución .....                                                    | 1   |
| 1.2 Perfil de la Institución .....                                          | 1   |
| 1.3 Ubicación Geográfica.....                                               | 1   |
| 1.4 Integración y alianzas estratégicas .....                               | 3   |
| 1.5 Origen e historia.....                                                  | 4   |
| 1.6 Departamentos o dependencias de la institución.....                     | 4   |
| 1.6.1 Concejo municipal.....                                                | 5   |
| 1.6.2 Funciones del concejo municipal .....                                 | 5   |
| 1.6.3 Organización de Comisiones.....                                       | 5   |
| 1.6.4 Sesiones del concejo municipal.....                                   | 6   |
| 1.6.5 Presentación municipal .....                                          | 7   |
| 1.6.6 Atribuciones y deberes de los síndicos y concejales .....             | 7   |
| 1.6.7 Síndico y concejales suplentes .....                                  | 8   |
| 1.6.8 Cargo y funciones del secretario municipal .....                      | 9   |
| 1.6.8.1 Oficial I .....                                                     | 10  |
| 1.6.8.2 Oficial II .....                                                    | 10  |
| 1.6.8.3 Oficial III.....                                                    | 11  |
| 1.6.9 Director de AFIM (administración financiera integral municipal) ..... | 11  |
| 1.6.9.1 Encargado de presupuesto .....                                      | 11  |
| 1.6.9.2 Encargado de contabilidad .....                                     | 11  |
| 1.6.9.3 Receptor pagador.....                                               | 12  |
| 1.6.9.3 Encargado de almacén.....                                           | 12  |
| 1.6.9.4 Encargado de compras .....                                          | 13  |
| 1.6.10 Dirección municipal de planificación.....                            | 13  |



|                                                                           |    |
|---------------------------------------------------------------------------|----|
| 1.6.10.1 Técnico I.....                                                   | 13 |
| 1.6.11 Unidad de gestión ambiental municipal .....                        | 14 |
| 1.6.11.1 Técnico forestal I.....                                          | 14 |
| 1.6.12 Dirección municipal de la mujer .....                              | 15 |
| 1.6.12.1 secretaria.....                                                  | 15 |
| 1.6.13 Oficina municipal de servicios públicos .....                      | 15 |
| 1.6.14 Oficina de desarrollo local .....                                  | 16 |
| 1.6.15 Unidad de acceso a la información pública.....                     | 16 |
| 1.6.15.1 Departamento de comunicación social.....                         | 16 |
| 1.6.16 Dirección de recursos humanos.....                                 | 16 |
| 1.7 Organigrama de la Municipalidad de Cantel.....                        | 17 |
| 1.8 Misión .....                                                          | 18 |
| 1.9 Visión.....                                                           | 18 |
| 1.10 Objetivos institucionales .....                                      | 18 |
| 1.11 Público objetivo .....                                               | 19 |
| 1.12 Diagnóstico .....                                                    | 19 |
| 1.13 Objetivos del diagnóstico.....                                       | 19 |
| Objetivo general.....                                                     | 19 |
| Objetivos específicos .....                                               | 20 |
| 1.14 Tipos de investigación.....                                          | 20 |
| 1.15 Enfoque de la investigación .....                                    | 22 |
| 1.15.1 Tipos de enfoque de la investigación .....                         | 22 |
| 1.16 Técnicas de recolección de datos .....                               | 23 |
| 1.16.1 Observación.....                                                   | 23 |
| 1.16.1.1 Tipos de Observación.....                                        | 24 |
| 1.16.1.2 Lo observado en la municipalidad de Cantel, Quetzaltenango. .... | 25 |
| 1.16.1.3 Documentación.....                                               | 26 |
| 1.16.2 Entrevistas de profundidad.....                                    | 28 |
| 1.16.2.1 Resultado de la entrevista.....                                  | 30 |



|                                                                       |    |
|-----------------------------------------------------------------------|----|
| 1.16.3 Grupos focales.....                                            | 30 |
| 1.16.3.1 Interpretación del trabajo realizado con grupos focales..... | 32 |
| 1.16.4 Encuestas.....                                                 | 32 |
| 1.17 Interpretación de resultados .....                               | 33 |
| 1.18 Análisis FODA.....                                               | 49 |
| 1.18.1 Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas (FODA).....  | 49 |
| 1.19 Problema detectado .....                                         | 51 |
| 1.20 Planteamiento del problema.....                                  | 53 |
| 1.20.1 Respuesta hipotética.....                                      | 53 |
| 1.21 Indicadores de éxito .....                                       | 53 |
| 1.22 Proyecto a desarrollar.....                                      | 54 |
| Capítulo 2.....                                                       | 55 |
| Plan estratégico de comunicación .....                                | 55 |
| 2.1 Plan de comunicación.....                                         | 55 |
| 2.1.1 La estrategia de comunicación .....                             | 55 |
| 2.1.1 Descripción técnica del plan estratégico de comunicación .....  | 56 |
| 2.2 Misión del plan de comunicación.....                              | 56 |
| 2.3 Visión del plan de comunicación .....                             | 56 |
| 2.4 Elementos comunicacionales .....                                  | 57 |
| 2.4.1 Comunicación .....                                              | 57 |
| 2.4.2 Comunicación organizacional.....                                | 57 |
| 2.4.3 Comunicación interna .....                                      | 58 |
| 2.4.4 Comunicación externa.....                                       | 59 |
| 2.4.5 Relaciones públicas .....                                       | 59 |
| 2.4.6 La publicidad.....                                              | 60 |
| 2.4.7 La publicidad institucional .....                               | 60 |
| 2.5 Alcances y límites de la estrategia. ....                         | 60 |





|                                                                      |                                                                                         |    |
|----------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 2.6                                                                  | Metodología para la aplicación de la estrategia comunicacional .....                    | 61 |
| 2.6.1                                                                | Objetivos del plan estratégico .....                                                    | 62 |
| 2.6.2                                                                | Acciones para conseguir los objetivos .....                                             | 63 |
| 2.6.3                                                                | Los indicadores para medir su cumplimiento.....                                         | 63 |
| 2.6.4                                                                | Los instrumentos .....                                                                  | 64 |
| 2.6.5                                                                | Actividades para la operatividad de la estrategia .....                                 | 65 |
| 2.6.5.1                                                              | Propuesta 1 Plan estratégico de comunicación interna y externa.....                     | 65 |
| 2.6.5.2                                                              | Propuesta 2 Capacitaciones para personal de comunicación. ....                          | 66 |
| 2.6.5.3                                                              | Propuesta 3 Elaboración de manual de funciones para el personal de comunicación.....    | 66 |
| 2.6.5.4                                                              | Propuesta 4 Implementación de plan operativo anual para la unidad de comunicación. .... | 67 |
| 2.7                                                                  | Financiamiento .....                                                                    | 67 |
| 2.8                                                                  | Presupuesto para la ejecución del plan estratégico de comunicación .....                | 68 |
| 2.9                                                                  | Beneficiarios .....                                                                     | 69 |
| 2.10                                                                 | Recursos Humanos.....                                                                   | 69 |
| 2.11                                                                 | Área geográfica de acción.....                                                          | 70 |
| 2.12                                                                 | Cuadro comparativo de la estrategia .....                                               | 70 |
| 2.12.1                                                               | Cronograma de ejecución de plan estratégico.....                                        | 71 |
| Capítulo 3                                                           | .....                                                                                   | 73 |
| Ejecución de la estrategia de comunicación                           | .....                                                                                   | 73 |
| 3 Informe de la ejecución                                            | .....                                                                                   | 73 |
| 3.1 Ejecución 1 presentación y validación del plan estratégico ..... | 73                                                                                      |    |
| Objetivo de la actividad 1.....                                      | 74                                                                                      |    |
| Medio utilizado .....                                                | 74                                                                                      |    |
| Área geográfica de impacto.....                                      | 74                                                                                      |    |
| Comprobación de material ejecución 1 .....                           | 75                                                                                      |    |
| 3.2 Ejecución 2 Capacitaciones.....                                  | 75                                                                                      |    |
| Objetivo de la actividad 2.....                                      | 77                                                                                      |    |
| Medio utilizado .....                                                | 77                                                                                      |    |



|                                                                                     |    |
|-------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Área geográfica de impacto.....                                                     | 77 |
| Comprobación de material ejecución 2.....                                           | 78 |
| 3.3 Ejecución 3 y 4 Elaboración de manual de funciones y plan operativo anual ..... | 78 |
| Objetivos de la actividad 3 y 4.....                                                | 79 |
| Medio utilizado para la estrategia 3 .....                                          | 79 |
| Área geográfica de impacto.....                                                     | 79 |
| Comprobación de material para la ejecución 3 y 4 .....                              | 80 |
| 3.4 Actividades y calendarización.....                                              | 81 |
| Conclusiones .....                                                                  | 82 |
| Recomendaciones.....                                                                | 83 |
| Referencias.....                                                                    | 84 |
| Encuesta .....                                                                      | 86 |
| Anexos.....                                                                         | 90 |





## Índice de Figuras

|                                                                                                                                    |    |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Figura 1. Ubicación Geográfica .....                                                                                               | 2  |
| Figura 2. Organigrama de la institución.....                                                                                       | 17 |
| Figura 3. Sitio Web .....                                                                                                          | 26 |
| Figura 4. Página de Facebook .....                                                                                                 | 27 |
| Figura 5. Canal de YouTube .....                                                                                                   | 27 |
| Figura 6. Género de encuestados.....                                                                                               | 34 |
| Figura 7. Edad de los encuestados .....                                                                                            | 35 |
| Figura 8. Grado de interés por el que hacer municipal en Cantel .....                                                              | 36 |
| Figura 9. Medios de más utilizados por la población.....                                                                           | 37 |
| Figura 10. Seguimiento a los medios de comunicación de la Municipalidad de Cantel. ....                                            | 38 |
| Figura 11. Evaluación del desempeño de difusión de la información por parte de la municipalidad .....                              | 39 |
| Figura 12. Temas de información de interés para los encuestados. ....                                                              | 40 |
| Figura 13. Medios de preferencia para recibir información. ....                                                                    | 41 |
| Figura 14. ¿Si usted utiliza redes sociales, que tipo de formato considera adecuado para recibir eficazmente la información? ..... | 42 |
| Figura 15. Redes sociales, que más frecuentan.....                                                                                 | 43 |
| Figura 16. ¿Conoce las redes sociales que utiliza la municipalidad de Cantel?.....                                                 | 44 |
| Figura 17. ¿Plataformas digitales mas seguidas de la municipalidad de Cantel?.....                                                 | 45 |
| Figura 18. ¿Se comunica usted con la municipalidad de Cantel por las redes sociales?.....                                          | 46 |
| Figura 19. Uso de radio. ....                                                                                                      | 47 |
| Figura 20. ¿Ha visitado el sitio web de la Municipalidad de Cantel? .....                                                          | 48 |
| Figura 21. Elementos de presupuesto.....                                                                                           | 67 |
| Figura 22. Presentación Virtual.....                                                                                               | 75 |
| Figura 23. Planteamiento estratégico .....                                                                                         | 76 |
| Figura 24. Talleres de capacitación.....                                                                                           | 78 |
| Figura 25. Portada de documentos .....                                                                                             | 80 |



## Índice de Tablas

|                                                                                                  |    |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabla 1. Guía de observación.....                                                                | 25 |
| Tabla 2. Entrevista 1 .....                                                                      | 29 |
| Tabla 3. Esquema para trabajo de grupos focales .....                                            | 31 |
| Tabla 4. Matriz FODA .....                                                                       | 50 |
| Tabla 5. Problema detectado .....                                                                | 51 |
| Tabla 6. Aplicación de la estrategia comunicacional .....                                        | 62 |
| Tabla 7. Indicadores para medir el cumplimiento del plan .....                                   | 64 |
| Tabla 8. Propuesta 1 Plan estratégico.....                                                       | 65 |
| Tabla 9. Propuesta 2 Capacitaciones para el personal.....                                        | 66 |
| Tabla 10. Propuesta 3 Elaboración del manual de funciones.....                                   | 66 |
| Tabla 11. Propuesta 4 Implementación del plan operativo .....                                    | 67 |
| Tabla 12. Fortalecimiento de habilidades técnicas.....                                           | 68 |
| Tabla 13. Recursos Humanos.....                                                                  | 69 |
| Tabla 14. Cuadro comparativo.....                                                                | 71 |
| Tabla 15. Cronograma.....                                                                        | 72 |
| Tabla 16. Ejecución No.1Plan estratégico.....                                                    | 73 |
| Tabla 17. Presupuesto ejecución 1 .....                                                          | 74 |
| Tabla 18. Ejecución No. 2 Capacitaciones .....                                                   | 75 |
| Tabla 19. Presupuesto ejecución 2 .....                                                          | 77 |
| Tabla 20. Ejecución No. 3 y 4 Manual de funciones y plan operativo.....                          | 78 |
| Tabla 21. Presupuesto ejecución 3 y 4.....                                                       | 79 |
| Tabla 22. Cronograma de actividades para el desarrollo del plan estratégico comunicacional ..... | 81 |





## Introducción

La comunicación es el acto o acción de intercambiar información por medio de mensajes codificados, comprensibles para los sujetos involucrados. En la comunicación se transmiten ideas, información y mensajes. En los últimos años, se ha prestado especial atención a la comunicación, particularmente la comunicación efectiva, y como esta debe desarrollarse a fin de cumplir su objetivo. Para ello hay que tomar en cuenta varios elementos de la comunicación.

A finales de esta década, es notoria la diversidad de avances tecnológicos, dentro de la estructura de la comunicación, que encuentra un cotejo tecnológico de alta difusión por medio de una serie de plataformas que se apoya del internet.

El presente trabajo presentará un breve diagnóstico situacional de la institución municipal del municipio de Cantel, departamento de Quetzaltenango. Uno de los municipios satélite de la cabecera departamental de Quetzaltenango, con una población mayormente que se identifica como Maya K'iche.

En una primera parte se conocerá sobre la histografía y su contexto, además una breve reseña de su demografía como municipio. Además, se podrá observar la organización de la municipalidad, su división política.

Se hace especial énfasis en la situación actual en tema de comunicación, es decir, se permite visualizar como la municipalidad está haciendo su trabajo de comunicación efectiva hacia la población, y también como se está interpretando esta información o falta de la misma, por parte de la población.



## Antecedentes

Los medios de comunicación han tenido un avance significativo, creando una red sin precedentes, que ha colaborado para difundir información a gran escala, entiendo real. Recordar el caso de la pandemia que cambio muchos planes en el año 2019, en que las organizaciones sanitarias comunicaban el peligro de la enfermedad y la facilidad en que se reproducía.

Las medidas sugeridas para evitar el contagio y las condiciones en que se reproducía la enfermedad fue información que se tuvo de primera mano, por los diversos medios de comunicación que difundían la noticia desde las plataformas de internet, pero también, hubo mucha desinformación por medios sin seriedad quienes viralizaron noticias confusas al respecto.

El municipio de Cantel, fue uno de los primeros lugares en donde la pandemia tuvo un auge destacado, por sobre los otros municipios del departamento de Quetzaltenango, inclusive las reuniones de COCODE y COMUDE fueron de cierta manera modificadas, por una nueva manera de celebrarse.

Según la Unidad Municipal de Información, la municipalidad de Cantel, cuenta con un sitio oficial, la cual no es frecuentada por la población, y de manera muy empírica se ha establecido que una de las debilidades de dicha plataforma de la municipalidad de Cantel, es que en años anteriores no se alimentaba, y además las pocas veces que se hacía, era para crear imagen a los políticos de turno.

La comunicación como se ha visto, es muy importante, y además es un brazo muy importante de la democracia, sin embargo, se ha abandonado, incluso, se desconoce algún diagnóstico o estudio sobre la comunicación, es más, la Unidad Municipal de Información carece de planes estratégicos, y que decir de herramientas para el buen ejercicio de su trabajo.



## Justificación

Tal y como se evidencia, la comunicación seria es determinante para la democratización y participación de la población en el acontecimiento público. Así mismo debe entenderse a la comunicación como esa vía de empoderamiento y fortalecimiento de la participación civil.

Este trabajo prevé conocer de manera general, como se ha desarrollado y bajo qué condiciones la comunicación y acceso a la información desde los oficios de la Municipalidad hacia la población. Con el título de trabajo “Diagnostico de comunicación, en la Municipalidad de Cantel” se describirá la situación actual de la información, y como se desarrolla.

Parte importante de los proyectos a nivel general, es conocer cuál es el desenvolvimiento en un trabajo, para ello es importante conocer ciertas herramientas, tal es el caso del diagnóstico, que permite saber el estado de la institución, y puntualmente en donde se necesita intervención.

En este contexto, la manera de informar de la municipalidad, debe mejorar y ser fortalecida la estructura comunicacional municipal, para que la población en general, sean beneficiadas con buenas prácticas de comunicación y solidos mensajes de acuerdo a su interés social.

Así mismo se puede apoyar en la evaluación, de cómo se están efectuando las tareas, el papel de los actores en el desarrollo de sus asignaciones y el rol que juega la ciudadanía.

El principal objeto de este trabajo, es realizar una breve descripción del nivel de comunicación de parte de la municipalidad de Cantel hacia la población de dicho municipio. Que tal efectiva es la labor y que aspectos se deben mejorar. Igualmente se pretende describir el nivel de interacción que tienen ambas partes, es decir; la municipalidad y la población del municipio de Cantel.

El mandato escrito en el decreto 57-2008, del Congreso de la República de Guatemala, que obliga a las entidades públicas hacer un buen ejercicio y servicio de información por los medios posibles y disponibles del quehacer cotidiano de las entidades públicas.

Este trabajo también prevé, ser una herramienta, no solo diagnostica para la municipalidad de Cantel, sino también, una direccional para acciones que puedan evidenciarse necesarias y urgentes para los buenos oficios de la institución municipal.



## Capítulo 1

### Diagnóstico de comunicación

#### 1.1 La Institución

Municipalidad del Municipio de Cantel, departamento de Quetzaltenango.

#### 1.2 Perfil de la Institución

La Municipalidad de Cantel, ubicada en 1era calle, 1era avenida de la zona 1 del municipio de Cantel, se identifica como una entidad autónoma, democrática con base en los valores republicanos. Es una entidad descentralizada, como un órgano administrativo del poder ejecutivo.

Según los pobladores del municipio, la palabra Cantel proviene del idioma k'iche Q'an amarillo Tel cueva, es decir cueva amarilla, otras personas en cambio aducen que proviene de Q'antil en referencia a la serpiente Cantil, que hace muchos años fue vista en el municipio de Cantel.

El municipio está dividido administrativamente en nueve comunidades (ocho aldeas y la cabecera municipal), siendo estos Cantel, Pasac I, Pasac II, Chuisuc, La Estancia, Pachaj, Urbina, Chirijquiac y Xecam. También cuenta con dos caseríos. Las comunidades cuentan con servicio de agua potable, energía eléctrica y servicio de alcantarilla en un 70%.

#### 1.3 Ubicación Geográfica

El departamento de Quetzaltenango pertenece a la región VI del país. De acuerdo a la división político administrativa el departamento está compuesto por 24 municipios, siendo uno de ellos Cantel. La extensión territorial del Municipio de Cantel es de 54 kilómetros cuadrados, representa el uno por ciento de la extensión del Departamento de Quetzaltenango.

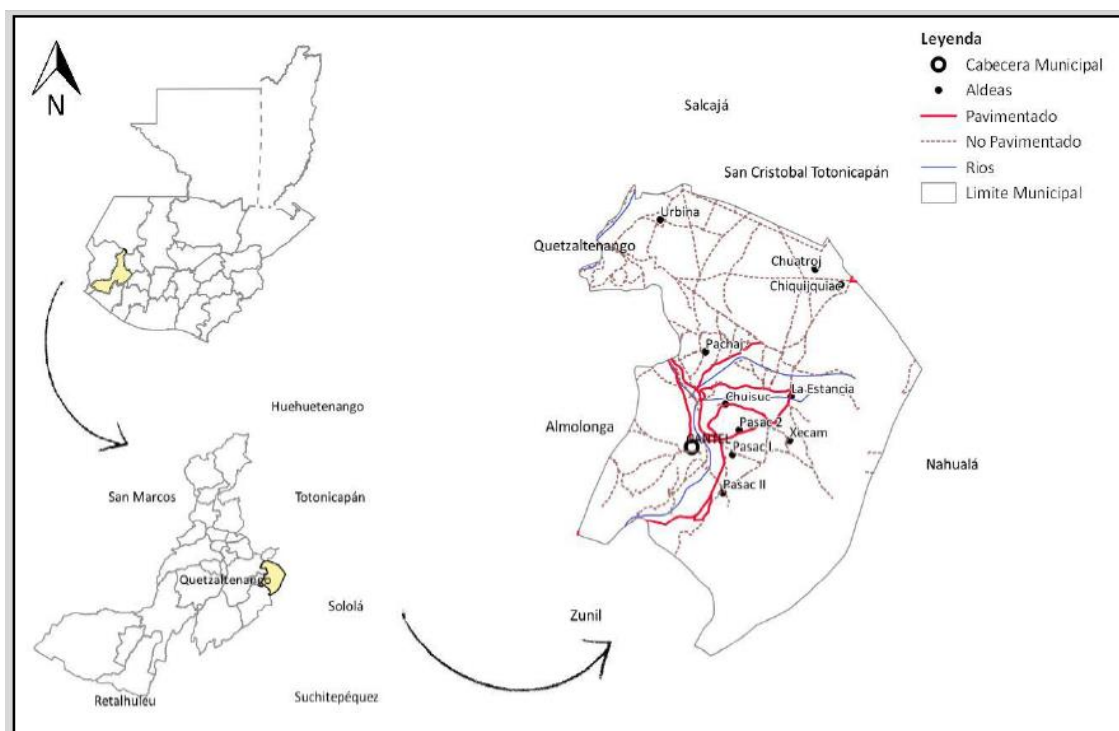




El Municipio de Cantel, está ubicado en el altiplano occidental del país y colinda al norte con el municipio de Salcajá y San Cristóbal Totonicapán, al sur con Zunil al este con Santa Catarina Ixtahuacan y al oeste con la cabecera Departamental de Quetzaltenango y el Municipio de Almolonga. Se encuentra localizado a una altitud de 2,370 metros sobre el nivel del mar.

Ubicación Geográfica del Municipio de Cantel, Quetzaltenango.

Figura 1. Ubicación Geográfica



Fuente: DMP (-ass- Proyecto, 2021)

En cuanto a la latitud y longitud del municipio, tiene una ubicación geográfica de 14 grados. 28 minutos 36 segundos latitud Norte y 91 grados 27 minutos 18 segundos longitud, magnitudes tomadas al frente de la iglesia de la población. El clima del municipio es frío.

Según el censo nacional de población, realizado por el Instituto Nacional de Estadística (INE) en el año 2,002, oficialmente es de 30,888 habitantes; aplicando la tasa de crecimiento que es de 1.961% proyectado al año 2020 el número de habitantes del municipio es de 43,811 personas distribuidos en la siguiente manera: 22,750 mujeres y 21,063 hombres, de ellos el 41.58% son niños, 54.17% adultos y 4.25% personas de la tercera edad.



## 1.4 Integración y alianzas estratégicas

La municipalidad de Cantel, se compone de funcionarios y servidores públicos, para realizar el trabajo administrativo y la gestión para el desarrollo del municipio. El Concejo Municipal la integran el alcalde Municipal quien lo preside, seguido por dos síndicos titulares y un suplente, cinco concejales titulares y dos suplentes.

Cada uno de los miembros del Concejo trabaja en comisiones, que sugiere y obliga el Código Municipal.

La municipalidad de Cantel obtiene recursos, mayormente del fondo del Organismo Ejecutivo denominado Situado Constitucional, según SEGEPLAN (2020). El “Situado Constitucional responde a uno de los compromisos planteados en la Constitución de la República de Guatemala, se refiere al porcentaje que el Organismo Ejecutivo debe incluir anualmente en el Presupuesto General de Ingresos Ordinarios del Estado, para asignar a las Municipalidades del país. Este porcentaje es distribuido según lo establece el Código Municipal”.

La municipalidad de Cantel, obtiene algunos recursos por llamados arbitrios municipales, como la recaudación por la exención de otorgar boleto de ornato, además del cobro por piso plaza en los mercados del municipio, así mismo de los servicios que ofrece el Turicentro Chicovix, con baños de aguas termales, piscina, cannopi y servicio de alquiler de salón.

Otros fuetes de ingresos están comprendidos sobre el establecimiento de servicios de empresas de transporte, urbano y extra urbano, taxis y fleteros. También obtiene recaudación a través del pago Impuesto Único Sobre Inmuebles.

Y la recaudación por ingresos no tributarios, en la que se clasifican las tasas y licencias varias, arrendamiento de edificios y locales entre los más sobresalientes. SIAF: sicoin gl (municipalidad de Cantel, Departamento de Quetzaltenango, 2021).



## 1.5 Origen e historia

Según Mazariegos (s/f) Los primeros municipios se establecieron después de la conquista, bajo una modalidad mixta, en donde convivían españoles e indígenas, con objeto de acelerar el proceso de cristianización e hispanización de los indígenas.

La llegada de los europeos al territorio que hoy se conoce como Guatemala, se ha venido trabajando la administración pública centralizada. Ya en 1985 con la reforma a la Constitución Política de la Republica con bases democráticas se establece la desconcentración y descentralización del organismo ejecutivo.

El cambio de enfoque de la legislación municipal en Guatemala, que implica un nuevo marco para la descentralización y la participación ciudadana, como sistema integral para la planificación del desarrollo, confirma la institución del municipio como agente de desarrollo y de la comunidad como actor primario del nuevo sistema.

La organización comunitaria en el municipio de Cantel, está conformada en la actualidad por nueve COCODES, inscritas legalmente en el libro de personas jurídicas de la municipalidad, integrada por líderes y comités de desarrollo, de acuerdo a la Ley de Concejo de Desarrollo Urbano y Rural y su Reglamento. Su responsabilidad es canales de interlocución entre Estado y sociedad civil, entre todos los niveles de la organización administrativa.

## 1.6 Departamentos o dependencias de la institución

- a) Concejo Municipal
- b) Secretaria Municipal
- c) Dirección Municipal de Planificación
- d) Dirección Administrativa y Financiera Municipal
- e) Unidad de Gestión Ambiental Municipal
- f) Oficina Municipal de Desarrollo Económico Local
- g) Dirección Municipal de la Mujer



- h) Oficina Municipal de la Persona Discapacitada
- i) Oficina Municipal de la Juventud
- j) Oficina Municipal de Atención Psicológica
- k) Policía Municipal
- l) Policía Municipal de Transito
- m) Oficina de Administración de Mercados
- n) Turicentro Chicovix
- o) Unidad Municipal de Información
- p) Oficina de Comunicación
- q) Tren de aseo Municipal
- r) Dirección de Recursos Humanos

### 1.6.1 Concejo municipal

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

### 1.6.2 Funciones del concejo municipal

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

### 1.6.3 Organización de Comisiones

La primera sesión anual el Concejo Municipal, deberá organizar las comisiones que considere necesarias para dirigir los asuntos municipales que conocerá durante el periodo fiscal, siendo las comisiones siguientes las obligatorias:



- a) Educación, educación bilingüe intercultural, cultura y deportes;
- b) Salud y asistencia social;
- c) Servicios, infraestructura, ordenamiento territorial, urbanismo y vivienda;
- d) Fomento económico, turismo, ambiente y recursos naturales;
- e) Descentralización, fortalecimiento municipal y participación ciudadana;
- f) De finanzas;
- g) De probidad;
- h) De los derechos humanos y de la paz;
- i) De la familia, la mujer y la niñez;

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

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

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

#### 1.6.4 Sesiones del concejo municipal

Las sesiones del Concejo Municipal deberán ser presididas, por el alcalde o por el concejal I de acuerdo a sus atribuciones específicas. Habrá sesiones ordinarias y extraordinarias. Las sesiones ordinarias, se realizarán cuando menos una vez a la semana por convocatoria del alcalde o debidamente establecidas por acuerdo municipal. Las sesiones extraordinarias se realizarán las veces que sean necesarias a solicitud de cualquiera de los miembros del Concejo Municipal en cuyo caso el alcalde hará la convocatoria correspondiente, de conformidad con lo previsto en el Código y el Reglamento de Organización y Funcionamiento de este.





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

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

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

### 1.6.5 Presentación municipal

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

### 1.6.6 Atribuciones y deberes de los síndicos y concejales

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

- a) Proponer las medidas que tiendan a evitar abusos y corruptelas en las oficinas y dependencias municipales.
- b) Los concejales sustituirán en su orden, al alcalde en caso de ausencia temporal, teniendo el derecho a devengar una remuneración equivalente al sueldo del alcalde cuando ello suceda.



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

### 1.6.7 Síndico y concejales suplentes

Dentro de la Corporación Municipal son adjudicados por la Junta Electoral Departamental de conformidad con las facultades que le otorga el Tribunal Supremo Electoral, el nombramiento de Síndico y concejales suplentes, según su naturaleza.

Esto que quiere decir que los mismos no están obligados a la asistencia de sesiones municipales y además no les corresponde las decisiones y disposiciones de los titulares que conforman el Concejo en sí. Dichos suplentes sustituyen en un momento dado a los titulares cuando así resultare una o varias vacantes, es decir que el síndico suplente, sustituye a cualesquiera de los síndicos titulares en ausencia temporal o en caso de resultar una vacante.



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

### 1.6.8 Cargo y funciones del secretario municipal

Son atribuciones del secretario, las siguientes:

- a) Elaborar en los libros correspondientes las actas de sesiones del Concejo Municipal y autorizarlas con su firma, al ser aprobadas de conformidad con lo dispuesto en la ley municipal.
- b) Certificar las actas y resoluciones del alcalde o del Concejo Municipal.
- c) Dirigir y ordenar los trabajos de la secretaria, bajo la dependencia inmediata del alcalde, cuidando que los empleados cumplan con sus obligaciones legales y reglamentarias.
- d) Redactar la memoria anual de labores y presentarla al Concejo Municipal, durante la primera quincena del mes de enero de cada año, remitiendo ejemplares de ella al Organismo Ejecutivo, al Congreso de la República, a la Contraloría General de Cuenta y al Consejo Departamental de Desarrollo y a otros medios que correspondan.
- e) Asistir a todas las sesiones del Concejo Municipal. Con voz informativa, pero sin voto, dando cuenta de los expedientes, diligencias y demás asuntos, en el orden y forma que indique el alcalde.
- f) Archivar las certificaciones de las actas de cada sesión del Concejo Municipal.
- g) Organizar, ordenar y mantener el archivo de la municipalidad debidamente clasificado.
- h) Mantener informado tanto al alcalde como al Concejo Municipal de todos los asuntos novedades que se registren.
- i) Recibir, revisar, clasificar, ordenar, providenciar, dar curso cuando proceda a todas las solicitudes que se presenten, dando cuenta inmediata al alcalde o al Concejo Municipal, para su conocimiento y resolución que corresponda.



- j) Realizar el control de oficios remitidos y recibidos, providencias, circulares, citaciones y, otros que se consideren convenientes a sus funciones como tal.
- k) Certificar actas, documentos, resoluciones, expedientes cuando así corresponda, todo ello bajo su estricta responsabilidad.
- l) El secretario Municipal, en caso de ausencia temporal, licencia o excusa, deberá ser sustituido por el oficial de secretaría que en el orden numérico corresponda. Si no hubiere, el Concejo Municipal, a propuesta del alcalde, hará el nombramiento de quien deba sustituirlo internamente.

#### 1.6.8.1 Oficial I

Tiene las siguientes funciones:

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

#### 1.6.8.2 Oficial II

- a) Asistencia a la secretaría municipal.
- b) Registros municipales (de COCODES, comités, comisiones, avisos notariales, asociaciones), matriculas de fierros, pesas y medidas, matriculas de fierros, nomenclaturas, transportes y otros que correspondan.
- c) Archivo de documentos.
- d) Elaboración de constancias.



- e) Elaboración de actas, oficios, mensajes, notas, providencias, constancias, supervivencias y otros que se le encomienden.
- f) Otros que procedan y que previamente se le encomienden.

### 1.6.8.3 Oficial III

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

### 1.6.9 Director de AFIM (administración financiera integral municipal)

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

#### 1.6.9.1 Encargado de presupuesto

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

#### 1.6.9.2 Encargado de contabilidad

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





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

#### 1.6.9.3 Receptor pagador

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

#### 1.6.9.3 Encargado de almacén

La municipalidad deberá contar con un Encargado de Almacén, que tenga el perfil de contador, llevar el control de salida y entrada de almacén o bodega la entrega o resguardo de materiales, para su control correspondientes, por su naturaleza de valores.



#### 1.6.9.4 Encargado de compras

Por la naturaleza del cargo, el puesto será opcional o el Concejo Municipal, delega en alguno de los empleados municipales las funciones inherentes a compras de la municipalidad.

#### 1.6.10 Dirección municipal de planificación

En el Código Municipal se sustenta a la municipalidad para tener la Dirección Municipal de Planificación, que coordinará y consolidará los diagnósticos, planes, programas y proyectos de desarrollo del municipio, pudiendo contar con el apoyo sectorial de los ministerios y secretarías de estado que integran el Organismo Ejecutivo.

Será la responsable de producir la información precisa y de calidad requerida para la formulación y gestión de las políticas municipales. El director (a) deberá ser guatemalteco de origen, ciudadano (a) en el ejercicio de sus derechos políticos y profesionales, o tener experiencia calificada en la materia.

##### 1.6.10.1 Técnico I

En la dependencia de Dirección Municipal de Planificación, será necesaria la plaza de Técnico I o asistente de planificación municipal para cooperar con las actividades de esta dependencia, cuyas ocupaciones son las siguientes:

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



### 1.6.11 Unidad de gestión ambiental municipal

Esta dependencia municipal, fue creada específicamente para el resguardo de los recursos naturales y deberá ser desempeñada por un ingeniero forestal, o en su caso técnico forestal con conocimiento en la materia, teniendo las siguientes funciones;

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

#### 1.6.11.1 Técnico forestal I

Será necesaria la creación de un auxiliar para la oficina de recursos naturales, por su naturaleza y servicio, teniendo las funciones siguientes:

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



### 1.6.12 Dirección municipal de la mujer

Dicha dependencia municipal, tiene como característica el nombramiento de una mujer para dirigirla, oriunda del municipio, con preparación académica, de conformidad con la legislación establecida, que permita la participación de la mujer, para su atención capacitación y desarrollo.

#### 1.6.12.1 secretaria

Tendrá las siguientes funciones:

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

### 1.6.13 Oficina municipal de servicios públicos

Dicha oficina, es la encargada de optimizar los servicios públicos municipales, también de administrar los bienes de la municipalidad al servicio de la población. Dentro de las funciones tiene las siguientes:

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



#### 1.6.14 Oficina de desarrollo local

De acuerdo a las leyes guatemaltecas, esta unicidad, serpa la encargada de la dinámica económica de la población, el cual deberá cumplir las funciones siguientes:

- a) Organizar, implementar y promover programas de desarrollo económico local.
- b) Construir políticas de desarrollo económico.
- c) Gestionar y coordinar con las entidades del gobierno, inversión pública para los actores económicos del municipio.
- d) Proponer alianzas estratégicas para la comercialización de los productos locales.
- e) Propiciar índices de desarrollo económico, actualiza los datos de los motores económicos en la población.

#### 1.6.15 Unidad de acceso a la información pública

Basados en la Ley de Acceso a la Información Pública (Decreto 57-2008 del Congreso de la República), la municipalidad creara la Unidad de Acceso a la Información, tiene dentro de sus características la atención pronta a la petición de la población, coordinando con las entidades de la municipalidad la información, para ser el ente que informe de oficio, en base a la ley a quienes buscan información confiable de la administración municipal.

##### 1.6.15.1 Departamento de comunicación social

Esta dependencia de la municipalidad, hará las funciones de divulgación, promoción, información, actualización y facilitación de los mensajes, noticias o que hacer del ente de gobierno.

#### 1.6.16 Dirección de recursos humanos

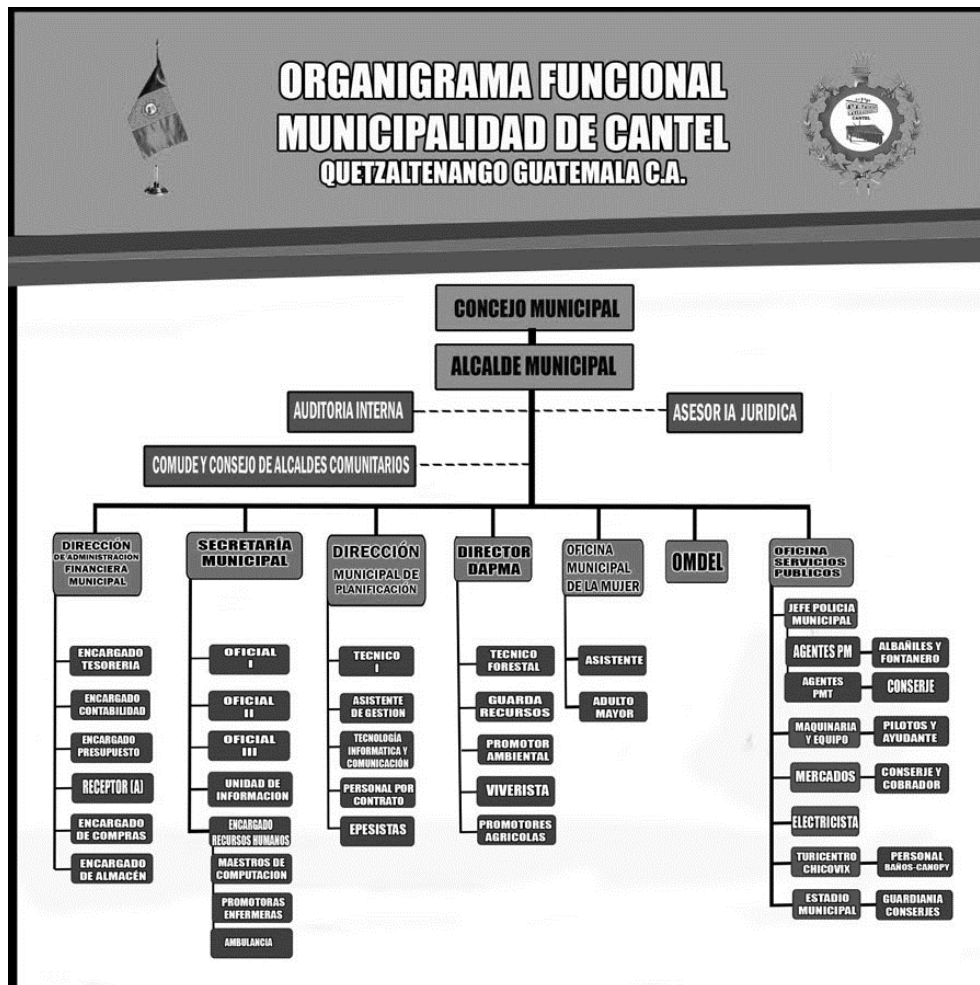
La naturaleza de dicha dirección, es de administrar todos los procesos administrativos del personal existente en la municipalidad. Optimizar la labor de cada uno de los trabajadores de la municipalidad, procurando el equipamiento técnico y de herramientas para el aprovechamiento de los recursos.





### 1.7 Organigrama de la Municipalidad de Cantel.

Figura 2. Organigrama de la institución



Fuente: <https://www.municipalidadcantel.laip.gt/> Recopilado el 14 de abril 2021

Figura No. 2. Se puede observar en la estructura de la municipalidad que no aparece el departamento de comunicación social, actualmente se encuentra bajo la unidad de acceso de la información pública.



## 1.8 Misión

Brindar nuestros servicios a la población, con voluntad, entusiasmo y pasión; trabajando con honestidad y transparencia, atendiendo las necesidades priorizadas del municipio sin discriminación alguna, poniendo en práctica los principios morales y jurídicos.

## 1.9 Visión

Ver al municipio de Cantel en pleno desarrollo, próspero y moderno; con un gobierno municipal libre de acto de corrupción, trabajando en democracia, equidad y justicia, al servicio de todo un pueblo sin discriminación alguna, promocionando la igualdad y el bien común.

## 1.10 Objetivos institucionales

- a) Garantizar a toda persona interesada, sin discriminación alguna, el derecho a solicitar y a tener acceso a la información pública en posesión de la Municipalidad.
- b) Garantizar a toda persona individual el derecho a conocer y proteger los datos personales de lo que de ella conste en archivos municipales, así como de las actualizaciones de los mismos.
- c) Garantizar la transparencia en la administración pública y el derecho de toda persona a tener acceso libre a la información pública.
- d) Establecer como obligatorio el principio de máxima publicidad y transparencia en la administración pública.
- e) Establecer a manera de excepción y de manera limitativa, los supuestos en que se restrinja el acceso a la información pública.
- f) Garantizar que toda persona tenga acceso a los actos de la administración pública.



### 1.11 Público objetivo

El Concejo Municipal y alcalde municipal de Cantel, son electos democráticamente, mediante el sufragio universal, para trabajar a favor de toda la población, todas las comunidades de manera equitativa, según lo establece la Constitución Política de la República y la Trilogía de Leyes que respaldan el trabajo de la municipalidad.

Según el censo nacional de población, realizado por el Instituto Nacional de Estadística (INE) en el año 2,002, oficialmente es de 30,888 habitantes; aplicando la tasa de crecimiento que es de 1.961% proyectado al año 2020 el número de habitantes del municipio es de 43,811. La información que se genere y la comunicación, debe estar dirigida para estas personas, que particularmente pertenecen a la población maya Quiche.

### 1.12 Diagnóstico

El diagnóstico de comunicación, es la forma de obtener toda la información necesaria, para medir los alcances de la comunicación institucional, que fortalecerá los procedimientos y prácticas de comunicación interna y externa que se ejecutan dentro de la municipalidad.

Para Designificados, (2020) citado en Ponce (2020) relata que “un diagnóstico se refiere a una forma de estudio que se lleva a cabo para conocer las tendencias y aspectos de una situación, lugar o cosa”. (p, 22) Por lo tanto, es una evaluación de las prácticas comunicacionales, para obtener resultados satisfactorios.

### 1.13 Objetivos del diagnóstico

#### Objetivo general

Diagnosticar el estado actual del servicio de información y el nivel de interacción por los medios y canales de comunicación entre la Municipalidad de Cantel y la población del municipio de Cantel.



## Objetivos específicos

- a) Evaluar el nivel de comunicación de la Municipalidad de Cantel hacia la población.
- b) Analizar los medios de comunicación actuales con que cuenta la Municipalidad de Cantel.
- c) Identificar debilidades en los procesos de comunicación e interacción de la Municipalidad de Cantel y los pobladores.

### 1.14 Tipos de investigación

Los tipos de investigación que existen, según su propósito:

- a) Investigación teórica
- b) Investigación aplicada.

De acuerdo a su profundidad:

- c) Investigación exploratoria
- d) Investigación descriptiva
- e) Investigación explicativa

La investigación tiene la finalidad de aportar datos importantes al tema que se plantea, en el presente caso, al manejo de la comunicación de la entidad municipal con los ciudadanos del lugar. Para ello existen distintos tipos de investigación que aportan conocimiento para que el proceso sea realizado con profundidad y bases metódicas.

Se clasifican en diferentes tipos, según su propósito:

- a) Investigación teórica: tiene como objetivo generar conocimientos sin importar su aplicación práctica. La investigación teórica, también denominada investigación especulativa (Primo Yúfera, 1994) es aquella que utiliza el pensamiento u operaciones mentales: imaginación, intuición, abstracción y deducción para crear modelos, explicaciones o teorías acerca de fenómenos no observables.



- b) Investigación aplicada: el objetivo es encontrar estrategias que puedan ser empleadas en el abordaje de un problema específico. Lozada, J. (2014) indica que se basa fundamentalmente en los hallazgos tecnológicos de la investigación básica, ocupándose del proceso de enlace entre la teoría y el producto. Es decir, marca los procesos que se deben seguir entre el estudio y la realidad.

Así mismo, existen tipos de investigación, de acuerdo a su profundidad:

- c) Investigación exploratoria: Se utiliza, cuando algo es desconocido y no se ha realizado ningún estudio de su naturaleza. Según Hernández Sampieri, "los estudios exploratorios se efectúan, normalmente, cuando el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado o que no ha sido abordado antes" (Zafra 2006).
- d) Investigación descriptiva: orienta en relación a las características de objeto a estudiar, con el propósito de comprender de forma exacta los resultados. Según Cazzau (2006) "Es un tipo de investigación que se encarga de describir la población, situación o fenómeno alrededor del cual se centra su estudio. Procura brindar información acerca del qué, cómo, cuándo y dónde, relativo al problema de investigación, sin darle prioridad a responder al "por qué" ocurre dicho problema.
- e) Investigación explicativa: es la más aplicada, determina la relación causa y efecto. "La investigación explicativa se llevaba a cabo para investigar de forma puntual un fenómeno que no se había estudiado antes, o que no se había explicado bien con anterioridad. Su intención es proporcionar detalles donde existe una pequeña cantidad de información". (Zafra 2006)

El presente diagnóstico, se fundamenta en la investigación descriptiva, por las características que se acomodan al, qué necesita la municipalidad de Cantel, para mejorar la comunicación de las actividades de la población, que espera la gestión de un buen gobierno.





## 1.15 Enfoque de la investigación

Una vez se tiene elaborado el problema de investigación, preguntas, objetivos e hipótesis, se elabora el diseño y se selecciona la muestra que se utilizará en el estudio de acuerdo con el enfoque elegido, la siguiente etapa consiste en recolectar datos pertinentes sobre las variables, sucesos, comunidades u objetos involucrados en la investigación (Gómez, 2006).

### 1.15.1 Tipos de enfoque de la investigación

Se consideran tres tipos de enfoques de la investigación, estas son: a) enfoque cualitativo, b) enfoque cuantitativo y c) enfoque mixto.

#### a) Enfoque cualitativo

La información de la municipalidad de Cantel, se obtiene por medio del enfoque cualitativo, el cual permite explorar abiertamente el que hacer de los encargados de comunicación dentro de la institución, y como lo ve la población. Además de la facilidad con la que se puede recabar información con actores claves de la región, por medio de entrevista informal o también los grupos focales, como sucedió en este caso para nuestra investigación.

#### b) Enfoque cuantitativo

En este sentido, Gómez (2006) señala que, bajo la perspectiva cuantitativa, la recolección de datos es equivalente a medir. De acuerdo con la definición clásica del término, medir significa asignar números a objetos y eventos de acuerdo a ciertas reglas. Muchas veces el concepto se hace observable a través de referentes empíricos asociados a él.

#### c) Enfoque mixto

De acuerdo a la definición de este tipo de estudio según Sampieri (2010) mencionado por Lemus (2016) “buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta al análisis”. Para dinamizar la estructura comunicacional de la entidad.



Se podría definir que el presente diagnóstico de comunicación es de enfoque mixto, debido a la línea conductiva con la que se desarrolló el proceso de observación, la recopilación de datos, las herramientas utilizadas, la discusión del mecanismo de difusión con distintos actores, más el análisis de la información que arrojan datos cuantitativos y cualitativos significativos.

## 1.16 Técnicas de recolección de datos

Las técnicas e instrumentos de recolección de datos, son elementos para indagar, determinar y recopilar información según la naturaleza de la investigación. Caro, Luna (2021) lo define como mecanismos e instrumentos que se utilizan para reunir y medir información de forma organizada y con un objeto específico. “Es una de las tareas más importantes en la etapa de análisis de sistemas de información”. Indica Morales, E (2010). De ello depende el producto que se desea desarrollar (p. 4).

“Existen múltiples y diferentes instrumentos útiles para la recolección de datos y para ser usados en todo tipo de investigaciones ya sean cuantitativas, cualitativas o mixtas”, afirman Hernández Sampieri, Fernández, C. y Baptista, P. (2006). Para los autores recolectar los datos implica:

- a) Seleccionar uno a varios métodos o instrumentos, disponibles, adaptarlo(s) o desarrollado(s). Esto depende del enfoque que tenga el estudio, así como el planteamiento del problema y de los alcances de la investigación.
- b) Aplicar el (los) instrumento(s), y c) preparar las mediciones obtenidas o los datos recolectados para analizarlos correctamente.

### 1.16.1 Observación

La observación es fundamental de todo proceso de investigación; en ella se apoya el investigador para obtener el mayor número de datos.



“La observación es un elemento fundamental de todo proceso de investigación; en ella se apoya el investigador para obtener el mayor número de datos. Gran parte del acervo de conocimientos que constituye la ciencia ha sido lograda mediante la observación”. (Díaz 2011) Este método ayuda a la investigación, puntualizar y seleccionar lo que se quiere investigar, y que se quiere analizar. Muy importante para el trabajo investigativo, sin embargo, no todos los investigadores se apoyan de ella.

### 1.16.1.1 Tipos de Observación

Para Campos y Lule (2012) este son los tipos de observación.

- a) Observación de laboratorio: Se desarrolla en espacios que permiten la reproducción de los hechos y se tiene el control de lo que puede acontecer en un estado real para su generalización.
- b) Observación no participante: Se trata de una observación realizada por agentes externos que no tienen intervención alguna dentro de los hechos; por lo tanto, no existe una relación con los sujetos del escenario; tan sólo se es espectador de lo que ocurre, y el investigador se limita a tomar nota de lo que sucede para conseguir sus fines.
- c) Observación participante: El investigador se involucra dentro de los procesos de quienes observa, y éste es plenamente aceptado, por lo tanto, se estima que lo observado no se ve afectado por la acción del observador. Padua (1987).
- d) Observación no estructurada: En ella se trata de observar sin tener en cuenta categorías o indicadores que guíen el proceso; careciendo de control temporal y llevando a cabo registros libres y globales de los acontecimientos. Puede también ser llamada observación no sistemática u ocasional, ya que registra todo aquello que se observa y se realiza cuando no se conoce suficiente del objeto de estudio, y se puede llegar a emplear para hacer estudios piloto; aunque, por otra parte, al hacer uso de esta técnica se corre el riesgo de registrar procesos aislados y de poca funcionalidad o relevancia.



- e) Observación estructurada: Se refiere a la observación metódica que es apoyada por los instrumentos como la guía de observación y el diario de campo mediante la utilización de categorías previamente codificadas y así poder obtener información controlada, clasificada y sistemática.

El presente diagnóstico de comunicación se apoya en la observación no estructurada, porque se desconoce de estudios o diagnósticos anteriores en la municipalidad de Cantel. Además de las características libres de la técnica, que enriquecen el trabajo investigativo. Como lo refiere Sampieri (2014) “el investigador cualitativo utiliza técnicas para recolectar datos, como la observación no estructurada, entrevistas abiertas, revisión de documentos, discusión en grupo, evaluación de experiencias personales, registro de historias de vida con grupos o comunidades” (p.9).

### 1.16.1.2 Lo observado en la municipalidad de Cantel, Quetzaltenango.

Tabla 1. Guía de observación

| No. | Aspectos a evaluar                                                             | Observaciones                                                                                                                                                 | muy bueno | bueno | regular | malo |
|-----|--------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|-------|---------|------|
| 1   | ¿Cómo se desarrolla la comunicación?                                           | Están enfocados en la información por la red social de Facebook.                                                                                              |           | X     |         |      |
| 2   | ¿Hay departamento de comunicación?                                             | No existe departamento de comunicación. Si hay encargados de comunicación.                                                                                    |           | X     |         |      |
| 3   | ¿Existe en la municipalidad investigaciones de comunicación interna o externa? | No hay ni un documento de investigación sobre el tema de comunicación.<br>La plaza de comunicador fue creada en el año 12 años.                               |           |       | X       |      |
| 4   | ¿Cuáles son las funciones del encargado de comunicación?                       | Existe un coordinador, quien hace las funciones de técnico y mantenimiento de computación. Y un encargado de coordinar actividades y difundir la información. |           | X     |         |      |

Fuente: elaboración propia.

De acuerdo a lo observado, se evidencia el interés de la comuna de Cantel de informar a la población las actividades que realiza por medio de la red social facebook, las cuales están coordinadas con personal designado a la divulgación y organización de actividades.



Lo que podría definirse como un trabajo empírico, debido que no cuenta con oficina ni equipamiento formal de la comunicación social, aunque cuentan con algunas herramientas de trabajo.

### 1.16.1.3 Documentación

La documentación en este caso es virtual, sustenta la presencia de la municipalidad de Cantel en internet, el dominio web tiene alrededor de 5,762 personas que han visitado la página oficial, el contenido es información institucional, aunque tenga otras secciones que denotan no actualizadas. Mientras que, la página de facebook de la municipalidad de Cantel, tiene alrededor de 4,600 seguidores. En dicha página se publican transmisiones de actividades en directo. En menor número de personas, siguen el canal de YouTube 68 suscriptores, en este medio publican videos informativos.

Figura 3. Sitio Web



Fuente: elaboración propia.





Figura 4. Página de Facebook



Fuente: elaboración propia.

Figura 5. Canal de YouTube



Fuente: elaboración propia.



### 1.16.2 Entrevistas de profundidad

Las entrevistas a profundidad son un método de recolección de datos cualitativos que permiten recopilar una gran cantidad de información sobre el comportamiento, actitud y percepción de los entrevistados. Durante las entrevistas a profundidad, los investigadores y participantes tienen la libertad de explorar puntos adicionales y cambiar el rumbo del proceso cuando sea necesario, ya que es un método de investigación independiente que puede adoptar múltiples disciplinas según las necesidades de la investigación. Questionpro (2016)

Hay tres clases de entrevistas, según su organización y estructura, las cuales se describen a continuación, para explicar el formato adaptado al presente trabajo que nos ocupa.

- a) Entrevista estructurada: es el tipo de entrevista que se realiza con preguntas fijas y predeterminadas, las cuales siguen un orden formulado previamente, las respuestas son abiertas, por lo tanto, los datos que se adquieren son amplios y generales.
- b) Entrevista semiestructurada: la entrevista tiene preguntas predeterminadas, no necesariamente debe llevar un orden en la forma de realizar la interrogante. En este caso, el entrevistador tendrá el cuidado de no perder el objetivo y podrá realizar otras interrogantes no consideradas, para enriquecer el contenido.
- c) Entrevista desestructurada o abierta: Permite más amplitud sin un orden necesario de preguntas.

La conversación se basa en la generalidad del tema, y la confianza que existe entre el entrevistado y el entrevistador. Al presente inciso se le conoce también como, entrevista informal.

Para este diagnóstico se realizaron entrevistas con funcionarios y servidores de la municipalidad de Cantel, en donde se pretende recabar información de cómo se encuentra la unidad de comunicación y como se ha desarrollado en años anteriores.



Tabla 2. Entrevista 1

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Dirigida al personal de la municipalidad de Cantel, departamento de Quetzaltenango.                                                                                                                                                                                                                                          |
| Tema: Diagnóstico de comunicación en la municipalidad de Cantel, Quetzaltenango.                                                                                                                                                                                                                                             |
| Objetivo: Conocer los canales de comunicación que utiliza la municipalidad de Cantel, para dirigirse a la población del municipio.                                                                                                                                                                                           |
| Realizado a: Lic. David Joel Chojolán, alcalde municipal. Jorge Alexander Méndez director de Recursos Humanos y Eddy Hernández, coordinador de Comunicación municipal. Fecha: 11-03-2021                                                                                                                                     |
| <b>PREGUNTAS:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| 1. ¿Cuenta la municipalidad de Cantel, con departamento de comunicación?                                                                                                                                                                                                                                                     |
| R. 1: Si hay un equipo de personas que trabaja la comunicación dentro de la municipalidad de Cantel, ellos se dedican a publicar las actividades de la municipalidad.                                                                                                                                                        |
| R. 2: La encabeza un coordinador, y se encarga de realizar el cronograma de las actividades de la municipalidad, con sus diferentes dependencias municipales.                                                                                                                                                                |
| 2. ¿Cuál es el enfoque que le dan al trabajo comunicacional?                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| R.1: Nuestro trabajo es darle cobertura a todo el acontecer de la municipalidad. Editamos los videos y las publicamos en la página de Facebook de la municipalidad. Algunas veces, transmitimos en vivo, pero más lo realizamos como noticia dentro de la página que mencionamos.                                            |
| 3. ¿Quiénes dirigen el trabajo comunicacional?                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| R. 2: Son cuatro personas quienes trabajan para darle cobertura a las noticias de la municipalidad. Donde hay algún problema, ellos están allí; para grabar el antes y después. Así damos solución pronta a necesidad de la población. Además de las propias actividades que la municipalidad tiene.                         |
| R. 3: Tenemos un camarógrafo y a al editor de video, también tenemos a la vos de la municipalidad para realizar los anuncios o avisos y al fotógrafo.                                                                                                                                                                        |
| 4. ¿Qué recursos tienen para trabajar la comunicación municipal?                                                                                                                                                                                                                                                             |
| R. 2: Contamos con pocos recursos, porque solo estamos trabajando para mantener informada a la población por medio de la página de Facebook. Más adelante, pensamos proponer que se nos asignen recursos para dar cobertura a las radios comunitarias, para llegar a la población que no tienen acceso a las redes sociales. |



5. ¿Tienen algún plan de comunicación dentro de la municipalidad?

R. 2: No tenemos un plan como tal, sin embargo, estamos comprometidos a seguir informando a la población de Cantel, eso es un paso muy importante. Porque antes, no se daba cobertura a lo que hace la municipalidad, hoy por hoy, la página de Facebook de la municipalidad es la primera que aparece dentro de los buscadores en internet.

Fuente: elaboración propia.

### 1.16.2.1 Resultado de la entrevista

En la entrevista participaron dos personas de la municipalidad de Cantel, Quetzaltenango, por aparte; se obtuvo la versión del jefe edil quienes han aportado información de la municipalidad en relación al diagnóstico de comunicación, que nos ocupa. Se puede resaltar la intención de informar a la población, mediante la divulgación del que hacer de la entidad.

Las acciones están planteadas por el gobierno local, mediante la red social de Facebook, plataforma que, por la diversidad de opciones que esta red posee para compartir contenido, es la más utilizada por dicha instancia municipal. Sin embargo, esta intención, deberá ser reforzada como instrumento fundamental para la gestión local, por medio de su política comunicacional o plan de comunicación, considerando la riqueza cultural, la identidad del municipio, los intereses de la comunidad, la diversidad poblacional, la integración de la gobernanza y la efectividad de lo que quiere comunicar.

### 1.16.3 Grupos focales

Conocidos como grupo focal o focus grup, esta técnica en la investigación, tiene como fin capturar de forma directa información primaria. La técnica de grupos focales es un espacio de opinión para captar el sentir, pensar y vivir de los individuos, provocando auto explicaciones para obtener datos cualitativos.



Kitzinger<sup>1</sup> lo define como una forma de entrevista grupal que utiliza la comunicación entre investigador y participantes, con el propósito de obtener información. Para Martínez-Miguel, (2013) el grupo focal “es un método de investigación colectivista, más que individualista, y se centra en la pluralidad y variedad de las actitudes, experiencias y creencias de los participantes, y lo hace en un espacio de tiempo relativamente corto.

La nueva realidad híbrida, es decir el trabajo mixto entre lo presencial y lo virtual está cobrando notoriedad. Se trabajó con un cierto grupo de manera virtual con una batería de preguntas, las mismas con otros actores claves focalizando de manera presencial.

Tabla 3. Esquema para trabajo de grupos focales

| Preguntas generadoras                                                                                               |                                                                                                                                       |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| A: ¿Cómo ha trascendido la comunicación institucional municipal en el período 2016-2020 y 2020-2024?                | A: ¿Existe un rubro del presupuesto municipal, para la unidad de comunicación?                                                        |
| B: ¿Cómo coordinan la publicación de la información de la municipalidad, con el resto de oficinas y la alcaldía?    | B: ¿En qué, y cómo podría mejorar la información hacia la población del municipio de Cantel, comparada a lo que trabajan actualmente? |
| C: ¿Se ven comprometidos los encargados de las distintas dependencias para atender a la población de manera óptima? | C: ¿Tienen algún plan para mejorar la comunicación municipal y la información pública?                                                |
| D: ¿Cómo miden el alcance de información que publica el equipo de comunicación municipal en las redes sociales?     | D: ¿Habría propuesta para formalizar el departamento de comunicación municipal o seguirán con lo establecido hasta ahora?             |

Fuente: elaboración propia.





### 1.16.3.1 Interpretación del trabajo realizado con grupos focales.

En este contexto, la mayoría de preguntas generadas para establecer la trascendencia que tiene la comunicación para la municipalidad o detectar algunos problemas para la implementación de la misma comunicación hacia la población de Cantel. Este territorio, espera ser favorecido con la dinamización y efectiva de la información. Los resultados obtenidos de dos grupos focales, una con personeros municipales y otra con agentes locales reflejan que, en el actual gobierno, se da espacio a la divulgación e información de los acontecimientos de la municipalidad, pero también se debe contemplar el tema de la cultura y la identidad del pueblo.

En este sentido, la alcaldía municipal, demanda de todas las entidades de la comuna coordinar la agenda de gobierno con cronogramas de trabajo, para la divulgación de las actividades, con el equipo encargado de comunicación, de esta forma brindar atención óptima a la población.

Aunado a esto, las plataformas digitales o redes sociales brindan varias herramientas para mantener informada a la sociedad, a la par, se debería plantear un espacio participativo para que la llamada comunicación de doble vía, se genere, optimice y mantenga en la gestión de este periodo y el siguiente gobierno municipal.

### 1.16.4 Encuestas

Según Casas, Repullo y Donado (2002) “La técnica de encuesta es ampliamente utilizada como procedimiento de investigación, ya que permite obtener y elaborar datos de modo rápido y eficaz”. Esta herramienta es muy común, dado el nivel de efectividad y la manera fácil para aplicarla. Los autores en cita, siguen escribiendo, García Ferrando, como “una técnica que utiliza un conjunto de procedimientos estandarizados de investigación mediante los cuales se recoge y analiza una serie de datos de una muestra de casos representativa de una población o universo más amplio, del que se pretende explorar, describir, predecir y/o explicar una serie de características. (Casas, Repullo y Donado 2002).



Para realizar la encuesta, se utilizó la fórmula de población finito siendo el universo total según el censo nacional de población, realizado por el Instituto Nacional de Estadística (INE) en el año 2002, de 30,888 habitantes; aplicando la tasa de crecimiento que es el 1.961% proyectado al año 2020 el número de habitantes del municipio de 43,811 personas, de acuerdo a datos de la dirección municipal de planificación de Cantel.

Teniendo a **(N)** como el total de la población, **(Z)** el nivel de confianza que es del 1.96 al cuadrado, para brindar una seguridad del 95%, **(p)** porcentaje de la población, **(q)** el porcentaje de la población que no tiene el atributo deseado, y en este caso como no se paseé el atributo de la población indicada se asume el 50% para **(p)** y 50% para **(q)**, **(e)** es el error de estimación en este caso del 5%, **(n)** el tamaño de la muestra.

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

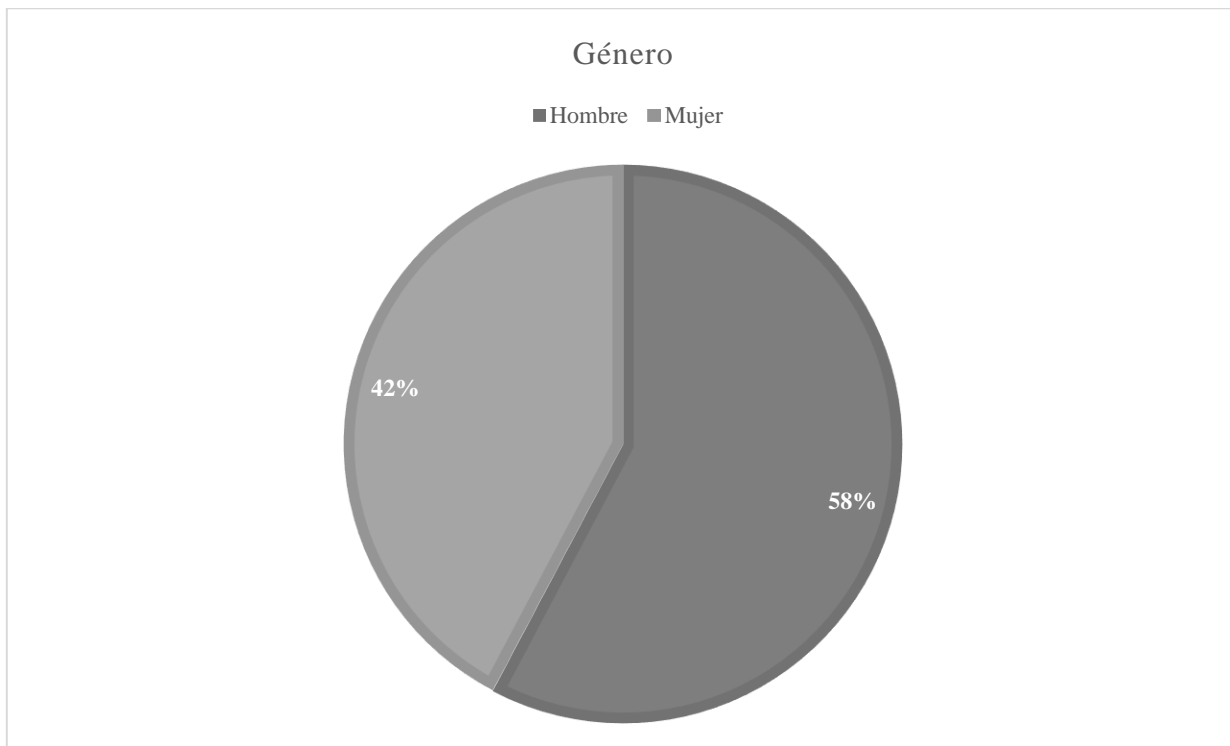
Al realizar la operación, da como resultado una muestra de 381 personas a las que se debía encuestar. Derivado de la pandemia covid-19, se utilizó el formulario de Google.

## 1.17 Interpretación de resultados

Con base en la información recabada con los instrumentos, a continuación, se hace un breve análisis de los resultados, con ello el diagnóstico va encausando teóricamente su naturaleza para este trabajo, de los que se formulan quince preguntas que a continuación se describen y analizan los resultados obtenidos:



Figura 6. Género de encuestados

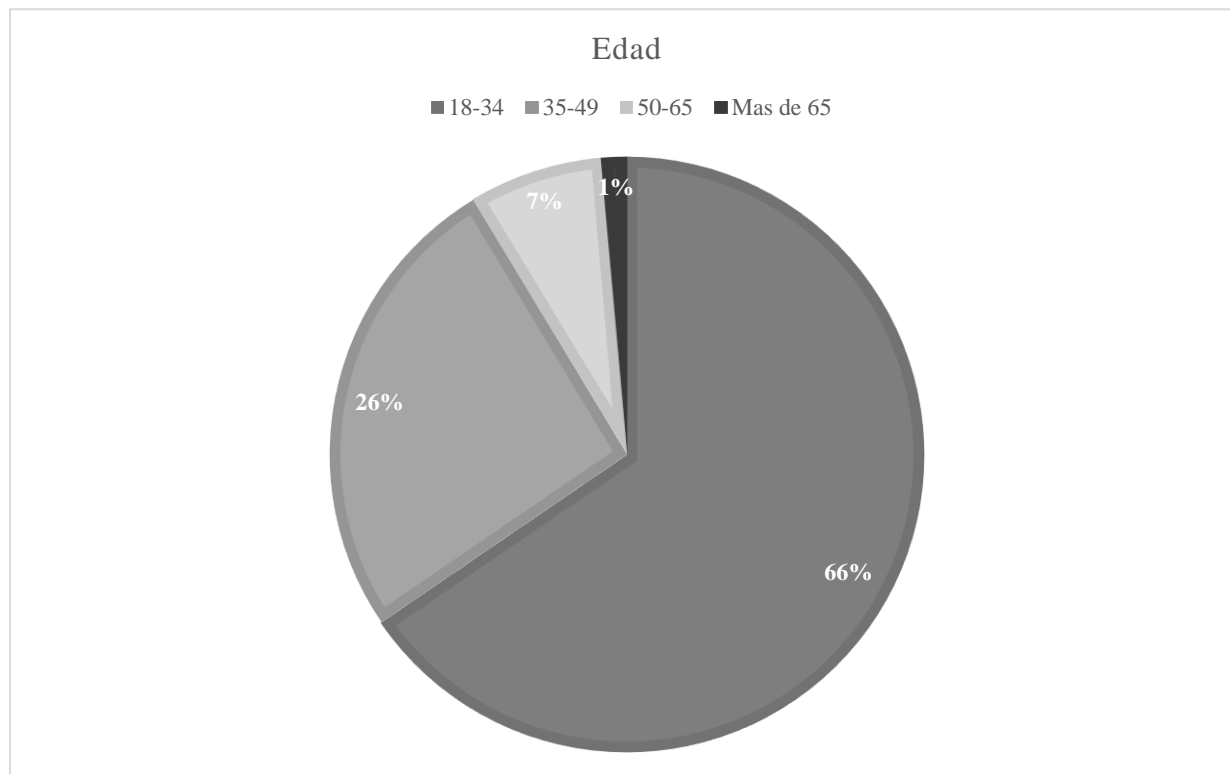


Fuente: elaboración propia

Según la demografía del municipio de Cantel, el 51% de la población es mujer, y el 48% es hombre, como un dato duro, si se refleja la mayoría de personas en responder, siendo el 58% de respuesta varonil, y también se evidencia el interés de las mujeres en responder a las encuestas con el 42%, derivado del interés particular de incidir en el que hacer de la entidad pública.



Figura 7. Edad de los encuestados

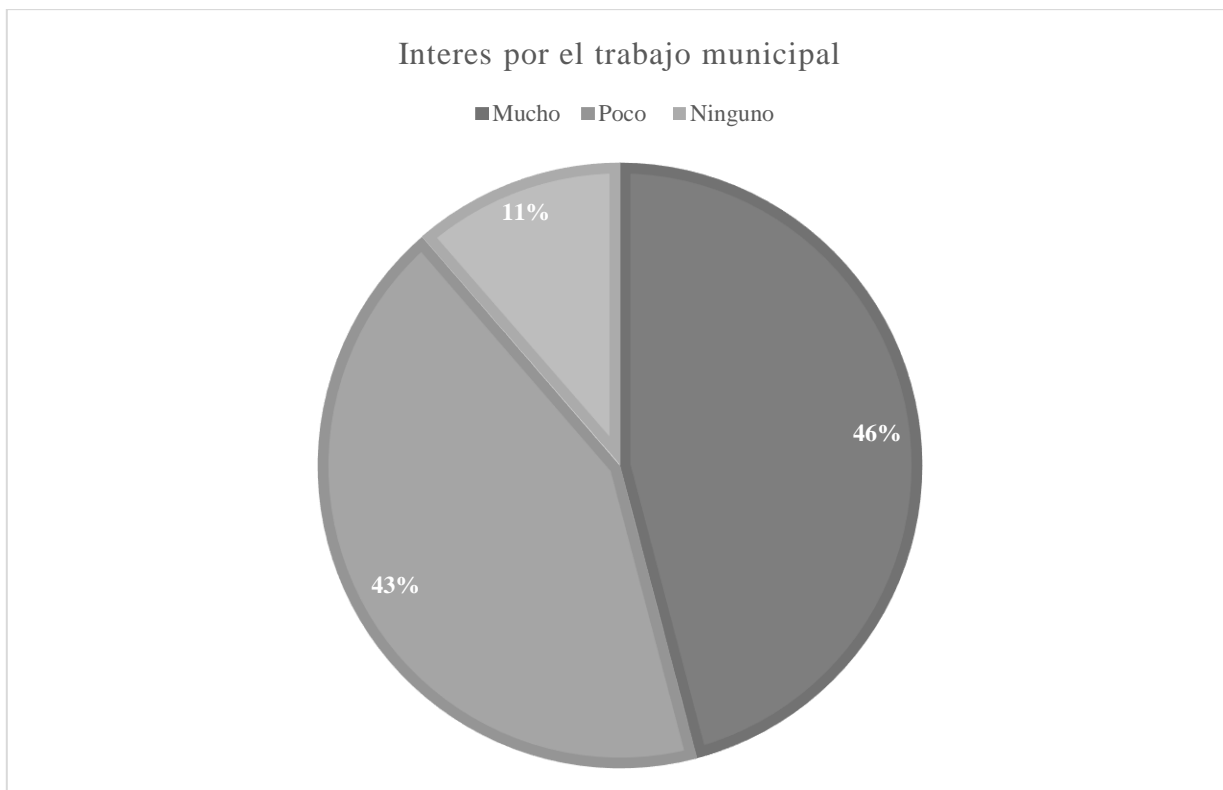


Fuente: Elaboración propia

De la edad de los encuestados, en su mayoría corresponde a jóvenes adultos con un 66% el cual indica la interacción que tienen por los medios sociales y los adultos, a quienes corresponde los 26% de respuesta obtenidas. Una primera luz sobre las edades la encontramos en que la población a nivel nacional es de 0 a 25 años representa un 75%, además son los jóvenes que usan constantemente las redes sociales electrónicas. La encuesta se trabajó de manera virtual, dado la nueva naturaleza de los trabajos por la pandemia covid 19.



Figura 8. Grado de interés por el que hacer municipal en Cantel



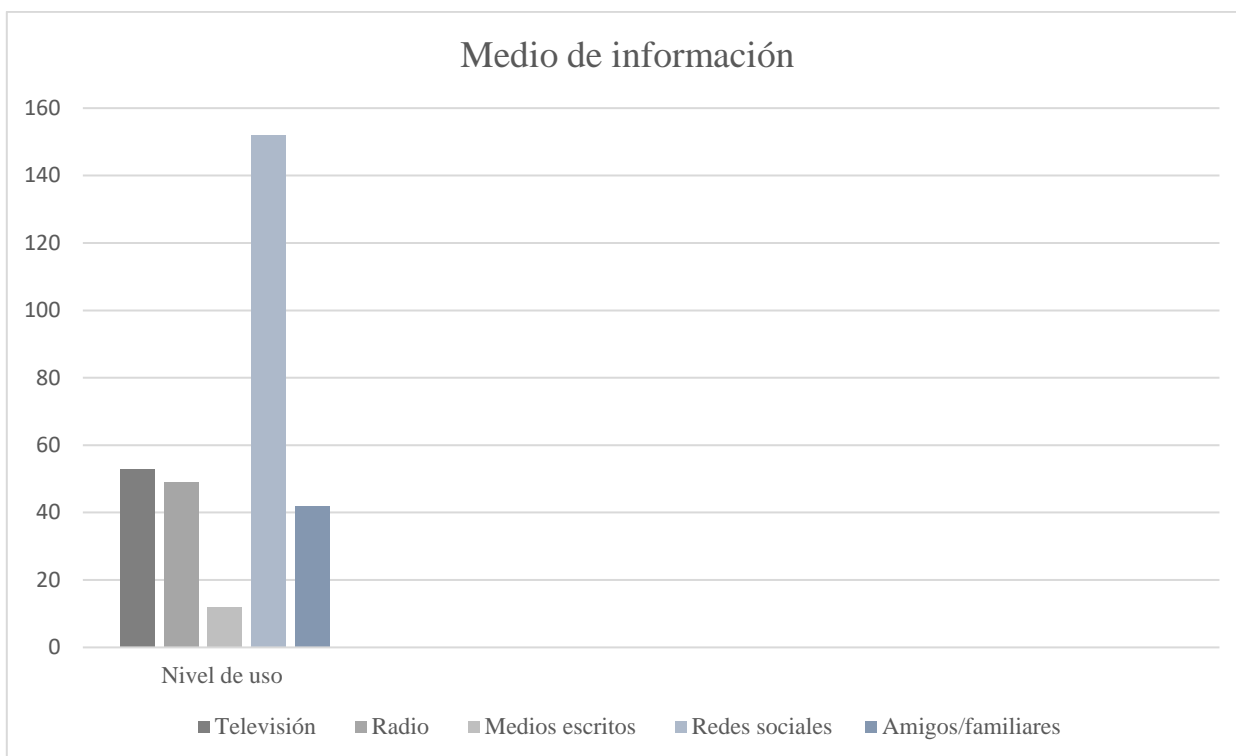
Fuente: elaboración propia

El instrumento creado para el presente proyecto, arroja un interés de la población por la gestión municipal de 46%, es decir 175 personas de las 381 encuestadas espera conocer los avances y problemas existentes en los principales temas que a la comuna le compete. Un 43% o sea 164 ciudadanos no tiene interés en el que hacer municipal. Esto significa que hay una debilidad en la comunicación externa de la comuna, si a esto se suma el 11% equivalente a 42 de personas que no aparece en ninguno de los dos grupos descritos se nota la oportunidad de comunicar con eficacia.





Figura 9. Medios de más utilizados por la población



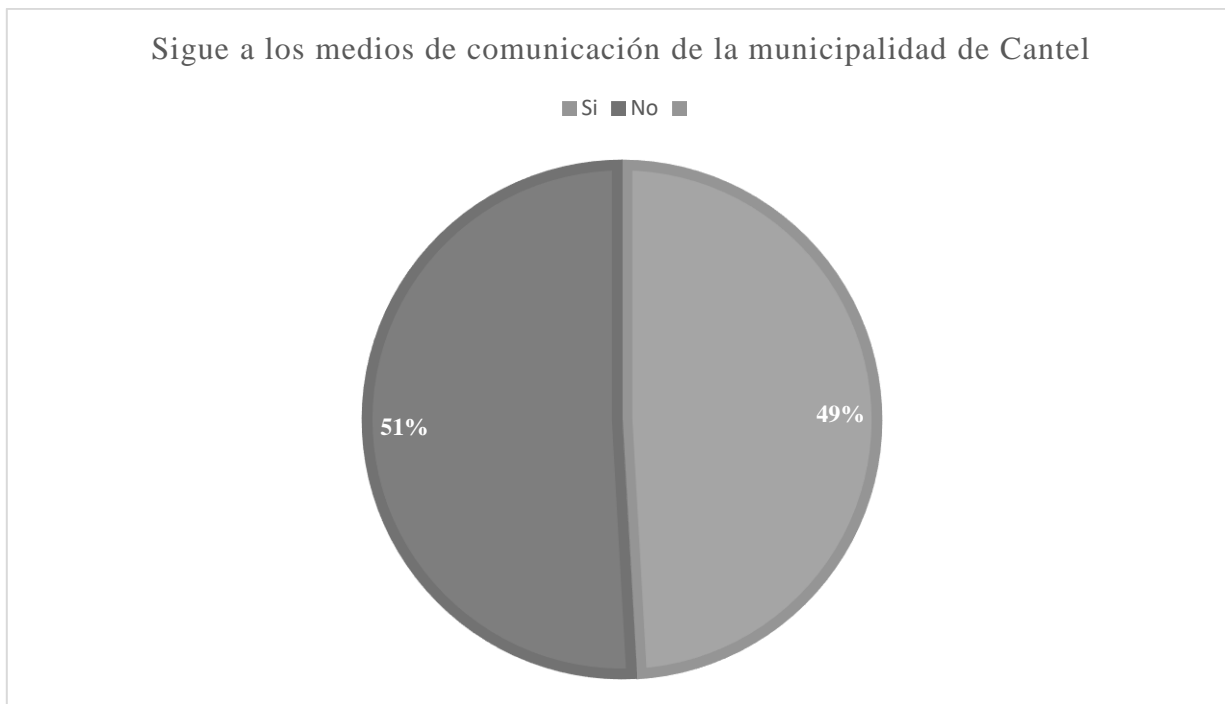
Fuente: elaboración propia

Cada vez, son más los ciudadanos que consumen información por las redes sociales, especialmente en Facebook. Dos de cada tres personas han respondido que prefieren el uso de las plataformas electrónicas para informarse de los trabajos de la municipalidad de Cantel. Mientras que, a los medios tradicionales, los frecuenta un porcentaje muy delimitado de personas.

Estos datos, coinciden con los elementos recabados en la entrevista y grupos focales realizados con personal municipal, el cual indican que su enfoque es por medio de las redes sociales, especialmente por Facebook, dejando sin alimentar de información el canal de You tube o los medios de televisión y radios comunitarias existentes en la región.



Figura 10. Seguimiento a los medios de comunicación de la Municipalidad de Cantel.



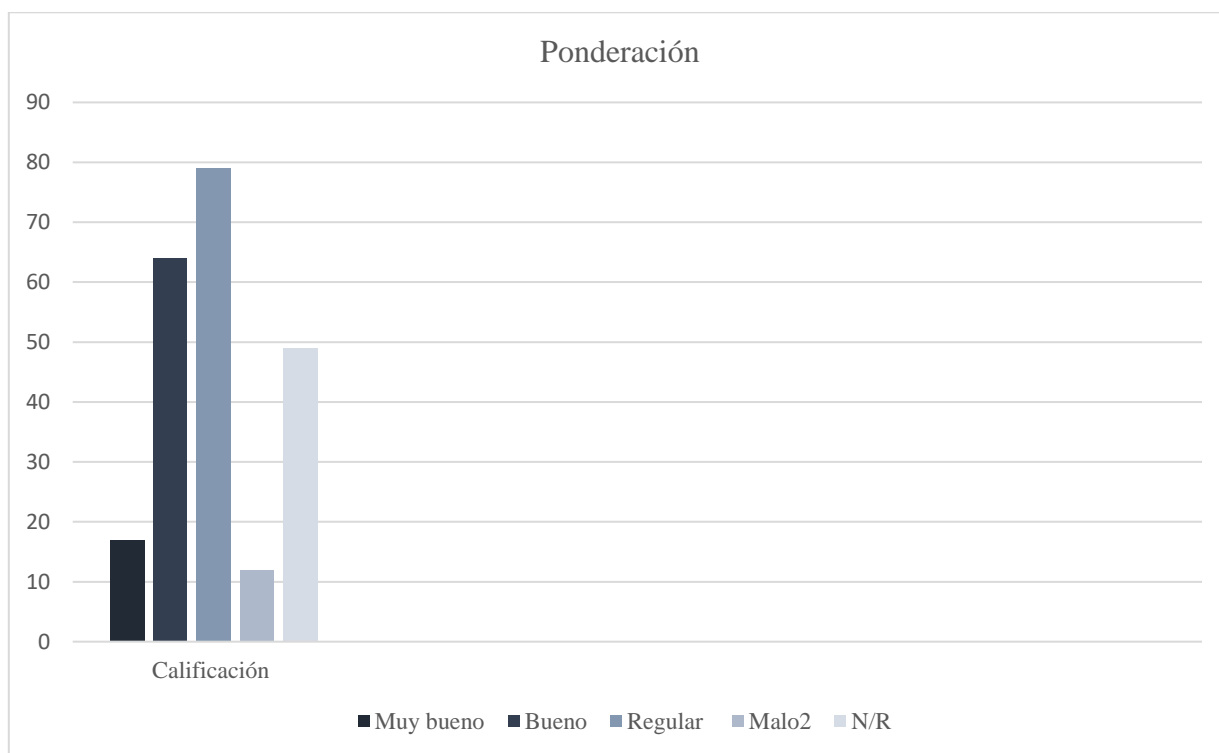
Fuente: elaboración propia

En la siguiente gráfica, casi existe mitad de personas encuestadas que siguen los medios de comunicación de Cantel, y la otra mitad no lo hace. Esto representa una oportunidad para la entidad pública, primero: para poder reforzar la unidad municipal de información con los recursos posible; segundo: evaluar los contenidos o la manera de generar contenidos, que sean digeribles o aceptables para la población.

Para dar a conocer los que haces en gestión administrativa, financiera, servicios públicos, información y participación ciudadana.



Figura 11. Evaluación del desempeño de difusión de la información por parte de la municipalidad

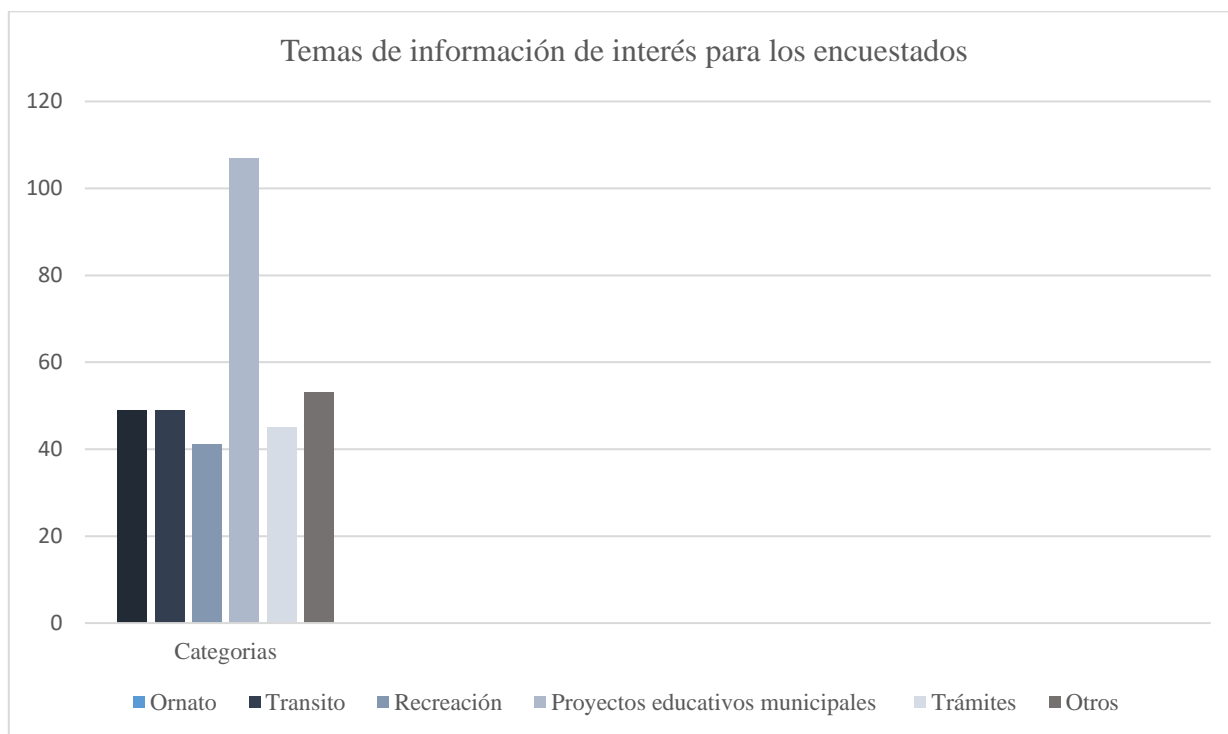


Fuente: elaboración propia

Según la muestra, el 40% o 152 personas no conoce o no sigue información de la municipalidad, el otro 40% equivalente a 152 ciudadanos que si sigue a la municipalidad no queda conforme con el nivel de calidad de la información, es decir que, de los encuestados, solo el 20% o 76 individuos aprueba o califica significativamente la información servida por la entidad pública.



Figura 12. Temas de información de interés para los encuestados.

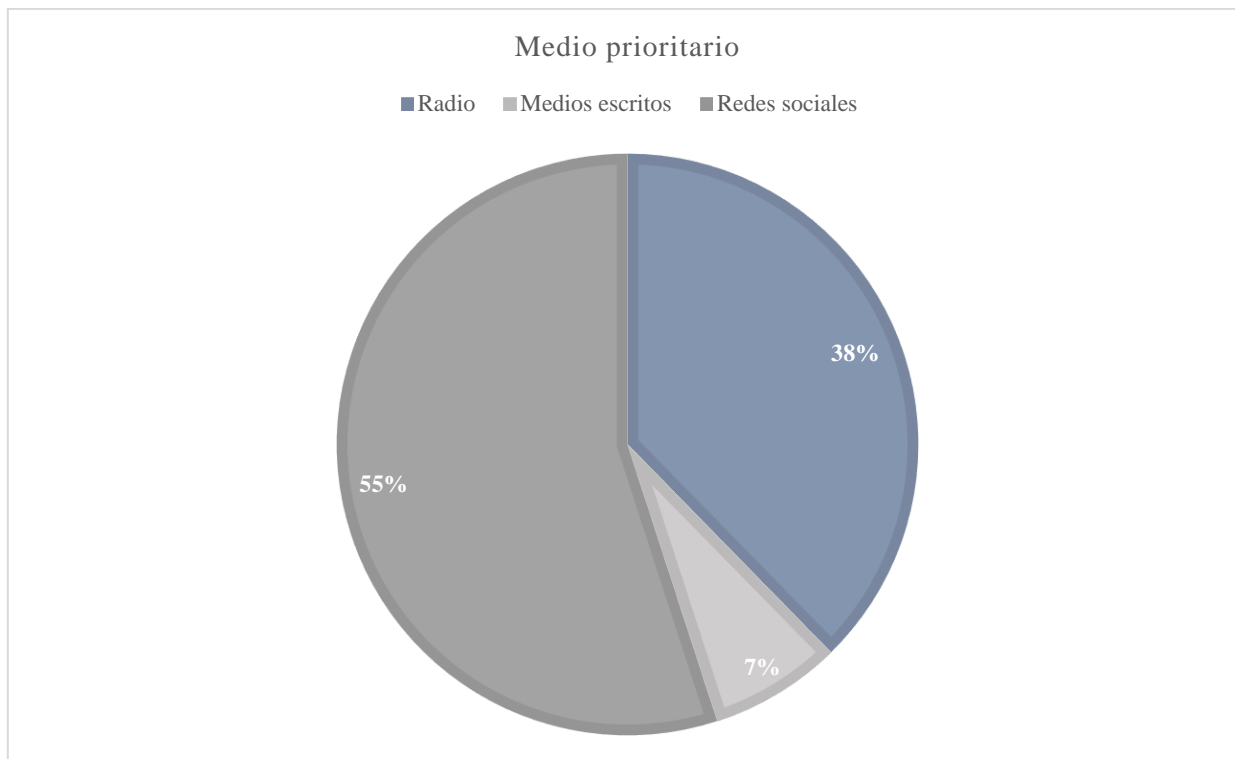


Fuente: elaboración propia

Alrededor del 50% de los encuestados están con el interés de recibir información de proyectos educativos, esto obedece al rango de edad que ostentan los encuestados. El otro porcentaje tiene interés en las otras actividades relacionados a la obra gris, y los burocráticos. De modo que, el énfasis a la unidad de comunicación como medio fundamental para la gestión local, beneficiara a la población de Cantel y a la misma municipalidad, cuya trascendencia sería por medio de la política comunicacional o plan de comunicación, que deben ser considerados en el contexto.



Figura 13. Medios de preferencia para recibir información.



Fuente: elaboración propia

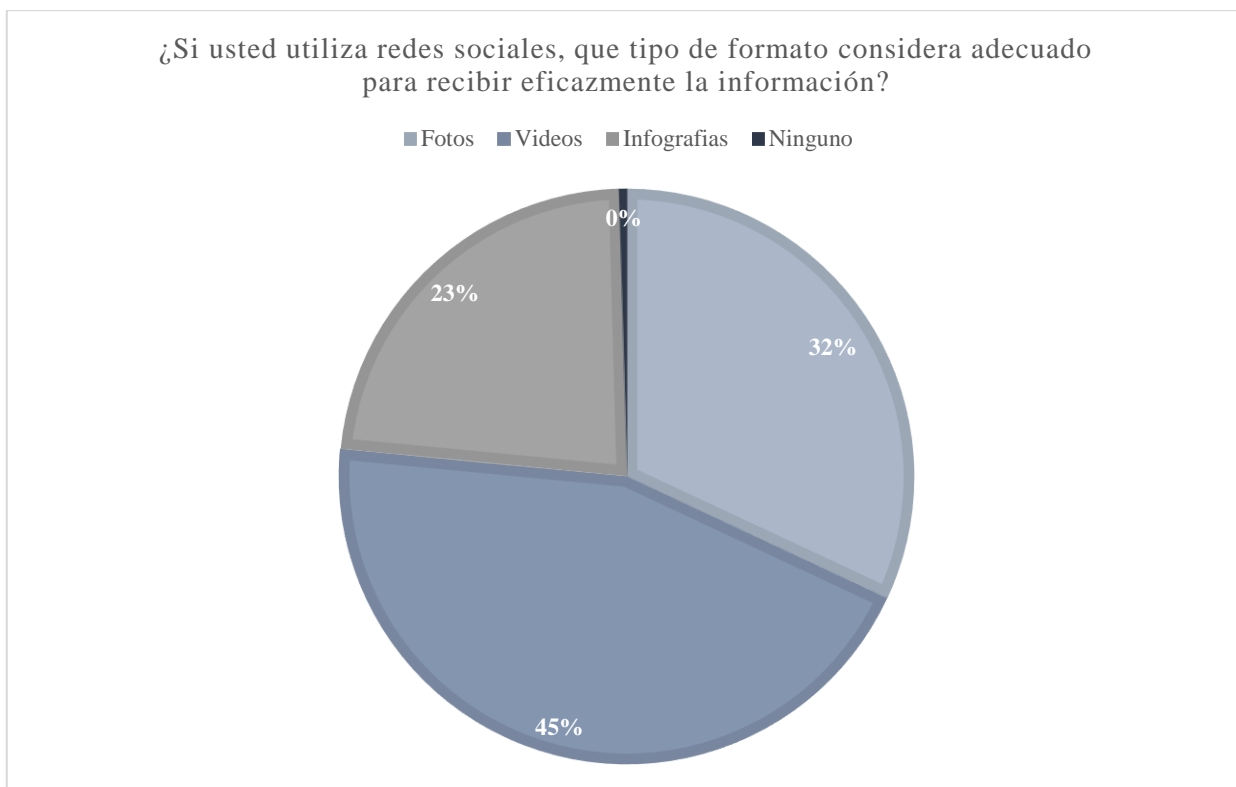
Hoy en día existen una serie de plataformas electrónicas, que se nutren con una serie de recursos, entre imágenes, videos, enlaces, y audios. Esto da cuenta de la alta demanda y consumo de las redes sociales, como el medio preferido para recibir información, por parte de la población del municipio de Cantel, evidenciada en las 209 personas que hacen el 55% de los encuestados.

El otro porcentaje, que es el 38% o 145 personas, prefiere que la información de la municipalidad sea a través de la radio, si se considera que la muestra de población para el cuestionario que se planteo es la mitad adulta, los datos coinciden nuevamente, entre el interés de un sector joven adulto y otro. En poco porcentaje, 27 personas, prefieren seguir utilizando medios escritos.





Figura 14. ¿Si usted utiliza redes sociales, que tipo de formato considera adecuado para recibir eficazmente la información?

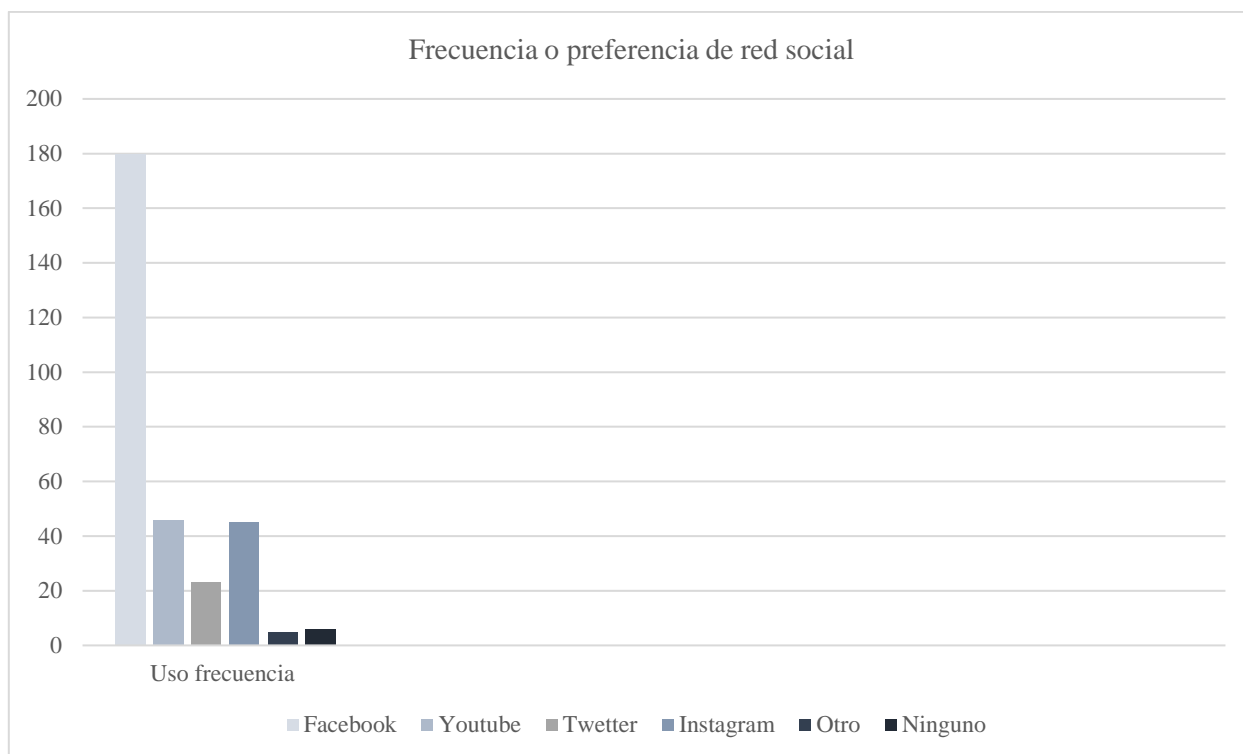


Fuente: elaboración propia

Los videos son la preferencia de las personas y los contenidos. En el último año, la plataforma tik tok ha cobrado notoriedad por el formato los videos cortos. Esto se refleja en el alto porcentaje 45% de la población en preferir los videos. Si se suma, el 32% y 23% de las personas que prefieren fotografía o infografía, da un total de 210 personas. Estos datos, pueden servir de orientación para la unidad de comunicación, sobre la realización del trabajo de divulgación.



Figura 15. Redes sociales, que más frecuentan.



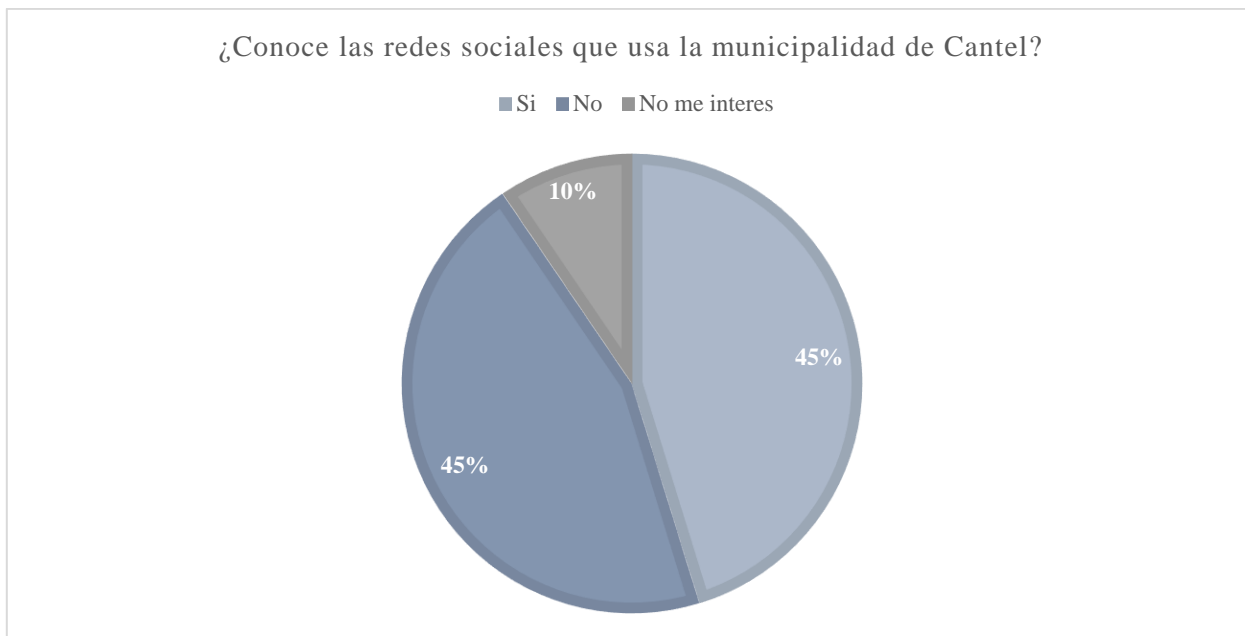
Fuente: elaboración propia

La plataforma electrónica Facebook es la que ha acaparado más internautas, y por ellos, la demanda de esa plataforma es notoria. Elementos validados por el personal de comunicación que indican, es el medio más recurrente en los internautas de la localidad.

Según informe digital de Guatemala, 2020 que realizó la empresa ilifebelt en Latinoamérica, los usuarios activos que usan Facebook en Guatemala en el año 2016 eran de 5.300.000 personas, lo que convierte al país en uno de los mayores usuarios de esta red.



Figura 16. ¿Conoce las redes sociales que utiliza la municipalidad de Cantel?



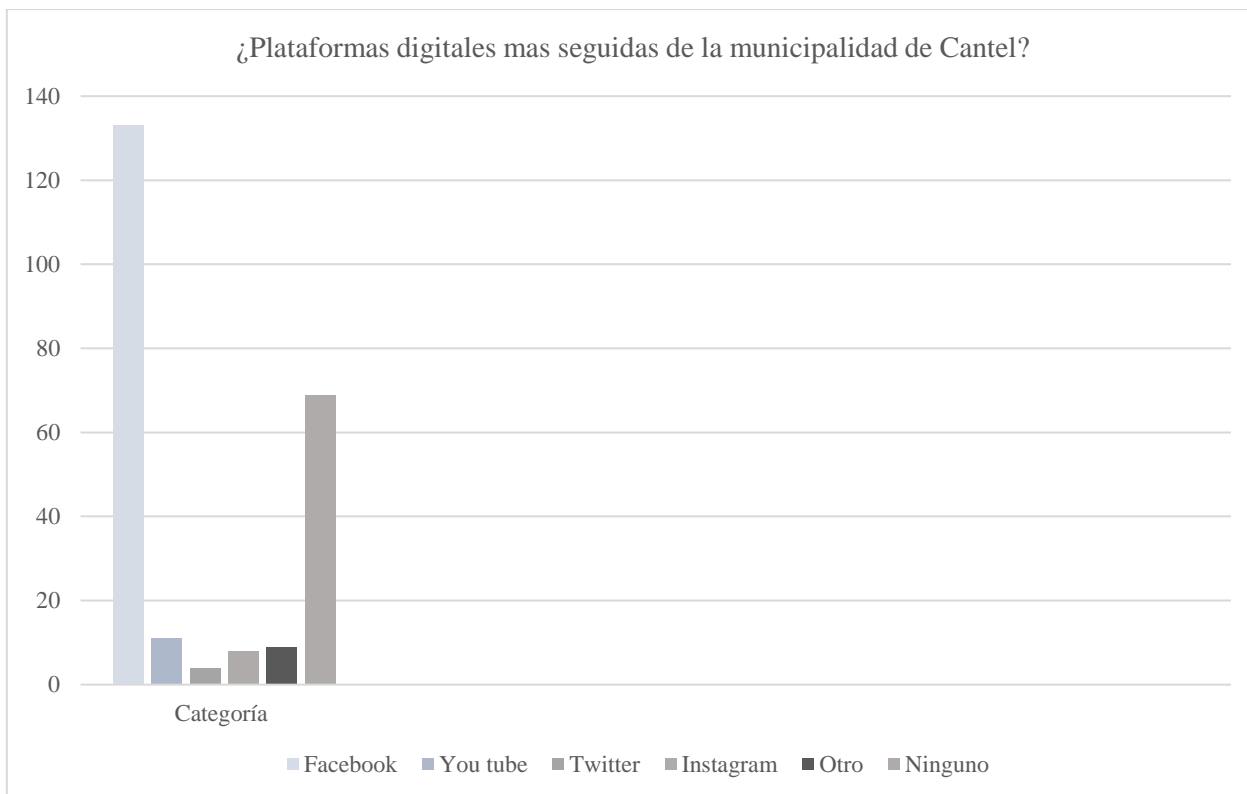
Fuente: elaboración propia

De los encuestados el 50% no sigue o no presenta interés de la información que genera la Municipalidad, acá nuevamente se refleja, ya que no conocen sobre las redes o plataformas que utiliza la institución edil. Otra vez se presenta la oportunidad para que los funcionarios empleen una estrategia o un plan para llegar a la mayor parte de la población.

Es este contexto, la comunicación interna y externa, pueden ser considerados como prioritarios para explotar la trascendencia que tienen las redes sociales y atraer la atención del 50% de personas que no conocen las redes sociales de la municipalidad de Cantel.



Figura 17. ¿Plataformas digitales mas seguidas de la municipalidad de Cantel?

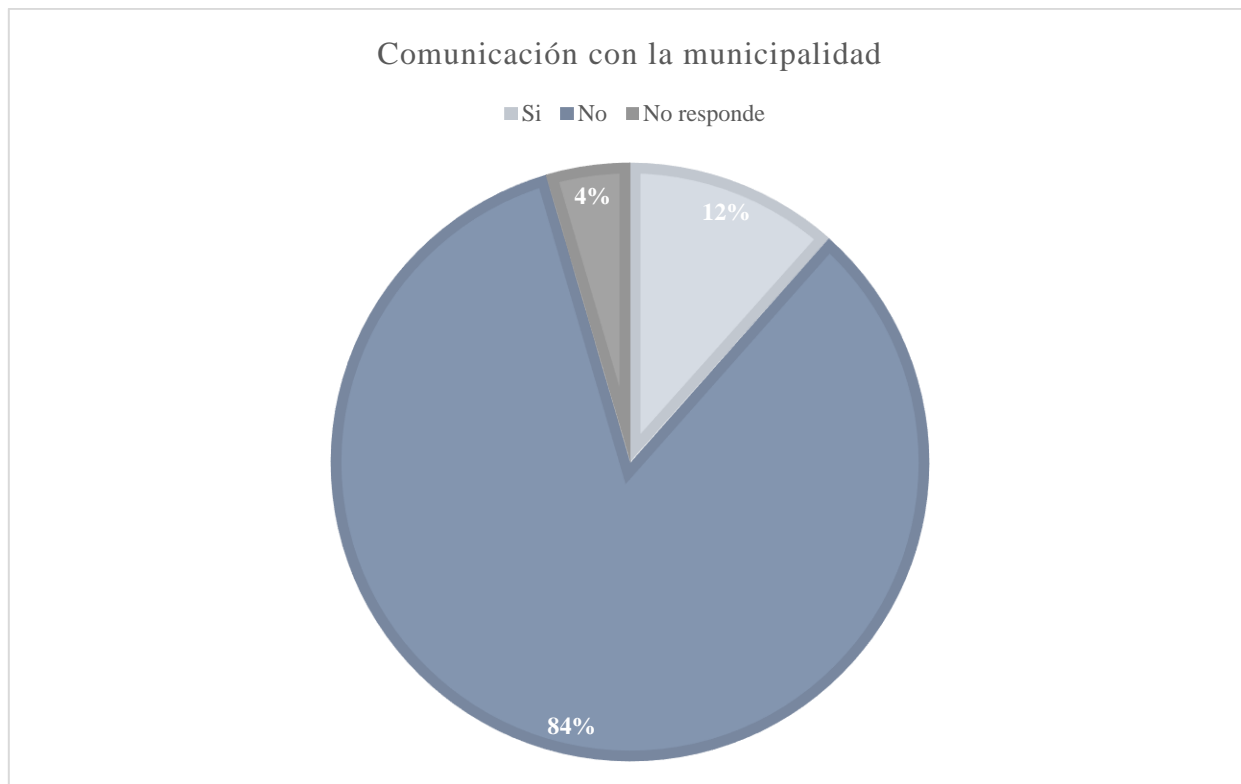


Fuente: elaboración propia

Las transmisiones en vivo, video spot, fotografías y otros elementos, hacen a Facebook la red más popular para la Municipalidad de Cantel. La respuesta generada por parte de los encuestados es muy valiosa para la entidad, la cual se debe considerar a la hora de trabajar los contenidos, plantear el marketing digital y como trabajar dichos contenidos. Basados en la respuesta de los encuestados en la pregunta 9 del cuestionario, en la que indican que el 45% por ciento prefiere videos, ante un 55% que prefiere infografía y fotografía, después de sumar ambos porcentajes.



Figura 18. ¿Se comunica usted con la municipalidad de Cantel por las redes sociales?

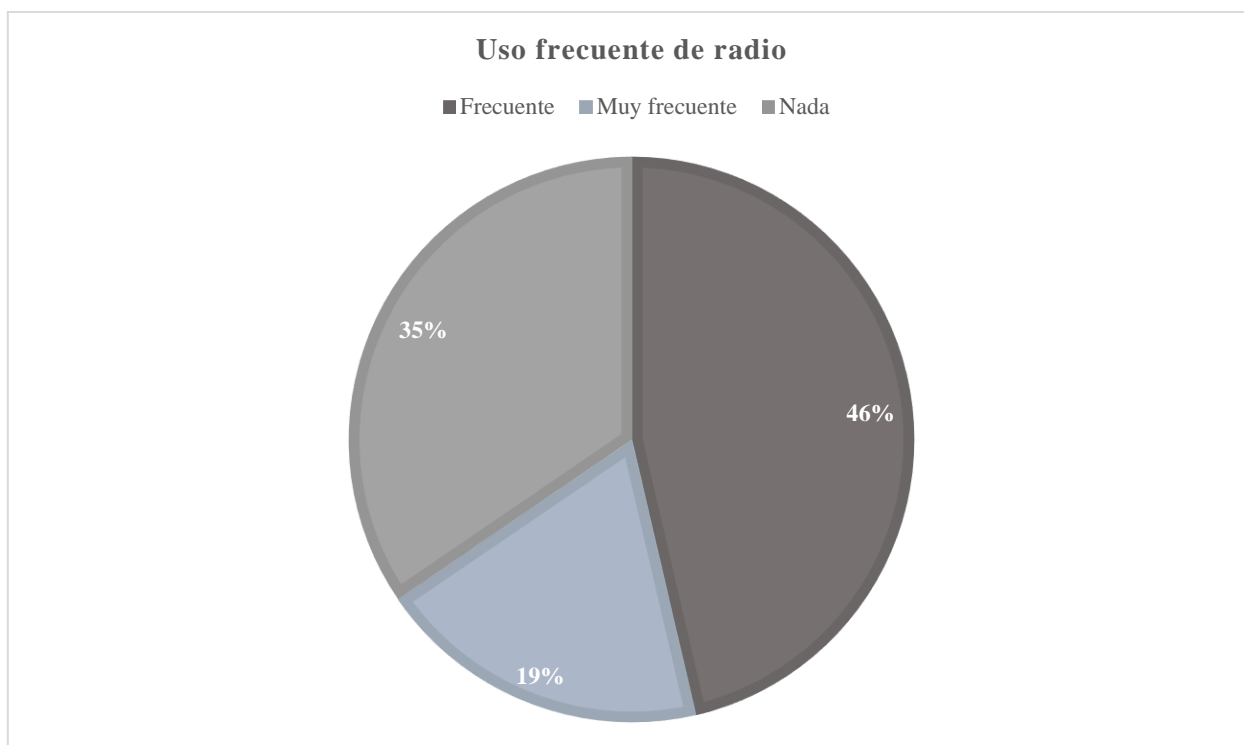


Fuente: elaboración propia

La comunicación eficaz se da en dos vías, la unidad de comunicación de la municipalidad de Cantel, se ha enfocado, según los resultados, en servir noticias, sin embargo, no se evidencia el nivel de satisfacción por los receptores. Debido que, de 381 personas solamente 46 personas se comunican con la municipalidad, 320 no lo hace. Estos datos, reflejan la poca o nula interacción de la municipalidad con los usuarios, debido que la herramienta comunicacional que usa la entidad, no es efectiva. Si se considera que de 18. 1 millones de habitantes en Guatemala 64% tiene acceso a internet, 39% son usuarios de redes sociales, según estudio de ilifebelt en el 2020.



Figura 19. Uso de radio.



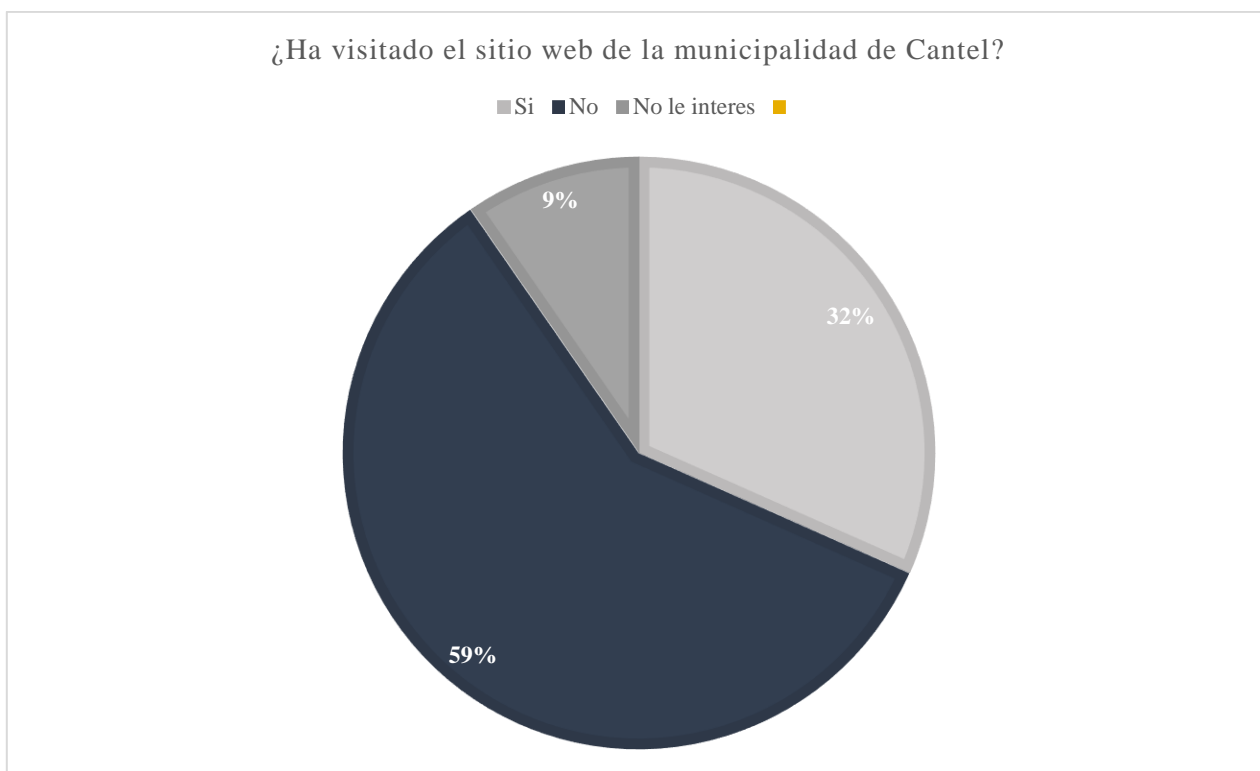
Fuente: elaboración propia

La radio ha sido por muchos años, el medio de comunicación más utilizado, sin embargo, esto se ve reemplazado por las distintas redes sociales, esto gracias a la gran demanda y los diferentes intereses de las poblaciones jóvenes. Sin embargo, hay un gran porcentaje que deberá ser atendida. Puesto que el 46% o 175 personas frecuenta el uso de radio en Cantel, y 19% o 72 personas muy frecuente. Según el censo de población del año 2018, realizado por el INE, según reportaje de prensa libre, Quetzaltenango es el tercer lugar en tener acceso a radio, televisión o cable. El 81% de los hogares tienen televisor, el 80% radio y el 66% cuenta con operador de cable. Estos datos, reflejan al otro sector de la población que debe ser atendida comunicacionalmente.





Figura 20. ¿Ha visitado el sitio web de la Municipalidad de Cantel?



Fuente: elaboración propia

Los sitios web han sido de las plataformas obligadas para las municipalidades, sin embargo, se conoce poco o se desconoce en su totalidad de su existencia. Esto posiblemente por el desinterés o la apatía de la población de conocer el trabajo administrativo y de gestión de parte de la clase política o puede ser la falta de enfoque a la imagen municipal en esta plataforma del que debería desprenderse el resto de información que brinda la comuna. Resalta que al 9%, 39 de 381 personas si le interesa, al 59% o 225 personas no conocen el dominio y un 32% no le interesa 122 personas.



## 1.18 Análisis FODA

**Fortalezas:** La base de comunicación en la comuna se centra en la intención de informar a la población, aprovechando la presencia de las redes sociales, que facilitan la manera de operar digitalmente. Se evidencia la coordinación de las entidades de la municipalidad con los encargados de divulgación, desde el jefe edil hasta el equipo que maneja la logística de trabajo.

**Oportunidades:** Son varios elementos los que descifran, de acuerdo a la era de la comunicación digital, también es indiscutible considerar las plataformas alternativas del que existe interés de desarrollar herramientas de comunicación, necesarias para el talento humano, de manera que esta se refleje en la comunicación interna y externa de la municipalidad, con el fin de incidir a favor de la sociedad, de acuerdo a la metodología de estudio de la situación de una entidad en su contexto y de las características internas (situación interna) Cavaleri, F. (2015)

**Debilidades:** Esta parte, refleja la forma tradicional con la que se emplea la comunicación en la municipalidad, se dirige a determinado público que tiene acceso a redes sociales y no se ha considerado opciones en el territorio para ser aprovechados.

**Amenazas:** Los resultados arrojan que, no todas las autoridades le dan interés al tema comunicacional, cambia a cada cuatro años. La plataforma web, no está actualizada, tampoco está vinculada a la información que hay en redes sociales. El personal, tiene otras atribuciones, no se dedican exclusivamente al tema comunicacional. Son los datos más relevantes, que el foda realizado detalla de manera general.

### 1.18.1 Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas (FODA)

Este procedimiento; se utilizará para el planteamiento del desarrollo comunicacional dentro de la entidad, resaltando para el mismo, las áreas con potenciales.



Así también enfocar un todo, en aspectos más específicos en el que hacer de la comunicacional. Puede ser este un punto de referencia para apreciar la factibilidad de una serie de propuestas a favor de la población.

Precisamente Ramírez, J. (2009) dice que uno de los aspectos fundamentales de la planeación estratégica lo constituye el análisis situacional, conocido como FODA (fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas), el cual posibilita la recopilación y uso de datos que permiten conocer el perfil de operación de una empresa en un momento dado, y q partir de ellos establecer un diagnóstico objetivo para el diseño e implementación de estrategias tendientes a mejorar la competitividad de una organización.

Tabla 4. Matriz FODA

| Fortalezas                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | Debilidades                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>Existe interés de informar las actividades de la municipalidad.</p> <p>Hay personal designado para el área de la comunicación e información pública.</p> <p>Tienen coordinación con todas las entidades municipales.</p> <p>Se ha definido un público objetivo.</p> <p>Interés del personal para mejorar.</p> <p>Hay intenciones para crear el departamento de comunicación.</p> <p>Capacitación del personal de comunicación.</p> | <p>No hay plan o manual de comunicación.</p> <p>El personal se dedica a la divulgación de acontecimientos propios de la comuna.</p> <p>No tienen un área de trabajo para la atención de la población.</p> <p>Las notas de información se enmarcan en fotos y videos.</p> <p>No hay guion estructurado para divulgar las notas que se publican.</p> <p>El sitio web de la comuna no está actualizada.</p> <p>Solo hay un segmento de la población al que le llega la información.</p> <p>El desarrollo de comunicación se da de forma tradicional.</p> |



| Oportunidades                                                                  | Amenazas                                                                    |
|--------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------|
| Existen plataformas virtuales y tradiciones no explotados.                     | Los objetivos de comunicación varían en cada periodo de gobierno municipal. |
| Existen medios de comunicación tradicional para ampliar cobertura informativa. | La actual pandemia, limita mucho el trabajo de comunicación.                |
| Uso de nuevas tecnologías.                                                     | Hay mucha desinformación                                                    |

Fuente: elaboración propia

### 1.19 Problema detectado

Corregir problemas, es una de las actividades frecuentes en las instituciones, con el fin de optimizar el servicio administrativo, como garante al fin primordial de “servir”. Estas acciones, son inherentes a los cargos públicos, la cual recibe especial atención con métodos de intensificación de causa raíz y las acciones correctivas que estas ameritan. En este caso, nos apoyamos en la técnica de las cinco W’s Quién, Dónde, Qué, Cuándo y Por qué, para averiguar algunos problemas de comunicación en la municipalidad de Cantel, Quetzaltenango, con base a la matriz formulada para este contexto.

Tabla 5. Problema detectado

|                                     |                                                                           |
|-------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------|
| ¿Cuál es el problema?               | Hay deficiencia en la comunicación interna y externa de la municipalidad. |
| ¿Quién está viviendo el problema?   | La Municipalidad de Cantel, Quetzaltenango.                               |
| ¿Dónde está ocurriendo el problema? | En el municipio de Cantel, Quetzaltenango.                                |
| ¿Cuándo ocurre el problema?         | Desde el año 2020, inicio del actual gobierno municipal.                  |
| ¿Por qué ocurre el problema?        | Implementación del departamento de comunicación municipal.                |
| ¿Cómo resolvemos el problema?       | Plan estratégico de comunicación interna y externa.                       |

Fuente: elaboración propia.



El diagnóstico de comunicación realizado en Cantel, Quetzaltenango da como resultado los siguientes aspectos:

- a) En el año dos mil nueve fue creada la plaza para comunicación en la municipalidad de Cantel. Fue hasta el año dos mil veinte que las autoridades de turno, se enfocan en la comunicación.
- b) En los motores de búsqueda de internet, no aparecía la municipalidad de Cantel. Determinaron iniciar con información de la municipalidad a través de la red social más popular en su momento.
- c) La imagen de la municipalidad era desconocida por la población. Una de las acciones fundamentales fue, impulsar la identidad de la municipalidad. Creando la imagen corporativa o branding, en todas las publicaciones que hace la comuna.
- d) Según los encargados de comunicación de Cantel, el 70% de actividades se publica en la página de Facebook, el 30% a otros medios. Reflejando la falta de cobertura al resto de la población.
- e) El sitio web oficial, no tiene información actual del gobierno municipal. Hay dos problemas detectados:
  1. Están dedicados únicamente a la red social Facebook.
  - 2.- No hay encargado para actualizar la página por internet.
- f) La información que se divulga, son actividades de la municipalidad, hay poca información de otras actividades colectivas del municipio.
- g) No hay unidad de comunicación, al actual equipo de trabajo se les ha asignado determinadas publicaciones.
- h) Ni tienen planificación externa e interna de comunicación.
- i) Hace falta el acompañamiento de un experto en comunicación social.



## 1.20 Planteamiento del problema

¿Por qué la municipalidad de Cantel, no cuenta con un plan estratégico de comunicación?

### 1.20.1 Respuesta hipotética

Se estableció, que no hay documentos o plan de comunicación que sustenten las actividades de la unidad de comunicación de la municipalidad de Cantel.

Tampoco hay presupuesto designado para que las actividades de la municipalidad sean publicadas en los medios de comunicación radiales o televisivas existentes en el municipio de Cantel, debido que algunos medios tienen costos elevados por pautar en ellas.

Cantel, es uno de los municipios más habitados por la población kiche, en el territorio es la mayoría, esto hace que también se debe contemplar la información en el idioma y cultura de los habitantes. Otro factor, es la falta de un plan estratégico de comunicación interna y externa que permita la integración de la comunicación social, desde un concepto científico.

### 1.21 Indicadores de éxito

Las condiciones de la municipalidad de Cantel, en el año dos mil veintiuno, se observa como una administración ordenada, con la capacidad de presentar resultados, pese a las condiciones que emergen del SARS covid-19 en nuestro país, situación que vulnera y condiciona el trabajo y obliga a replantear la gestión municipal, también la intervención que dentro del territorio se lleva a cabo, con nuevos roles.





De acuerdo a lo observado, la coordinación y articulación de los entes municipales, se ven comprometidos, mediante la conformación de equipos de trabajos, establecidos para cumplir el fin primordial. Esto indica que, la propuesta que se haga para orientar, fortalecer y dinamizar la integración de nuevas demandas comunicaciones, serán asimiladas. Además de proyectar el presupuesto necesario para la operación.

El capital humano designado actualmente para desarrollar el tema de comunicación municipal, es otro de los indicadores que existe, no solo por las cuatro personas que hacen la labor de comunicar institucionalmente, también porque hay una plaza creada para comunicador. Con estos parámetros, la optimización de los recursos destinados al rubro de comunicación, tendrán el aval del ente gubernamental para que sea aprovechada.

Si otro fuera el caso, planteamos realizar gestión con organizaciones, empresas, entidades del estado presentes en el territorio, para respaldar la inversión equivalente a la estrategia que se defina para la ejecución del proyecto comunicacional. Propiciando así, a la municipalidad a hacer las cosas de una forma más definida y contundente.

## 1.22 Proyecto a desarrollar

Estrategia de comunicación interna y externa, para la unidad de comunicación de la municipalidad de Cantel, departamento de Quetzaltenango.



## Capítulo 2

### Plan estratégico de comunicación

#### 2.1 Plan de comunicación

Tan importante es el buen ejercicio de la comunicación como la omisión, como se menciona, una comunicación con el uso de las herramientas a su alcance, más la experiencia de los comunicólogos, permitirá el posicionamiento estratégico de las instituciones. Para lograr este proceso, es indispensable un plan de comunicación.

Capriotti, P. (2009) afirma que para llevar a cabo esta planificación se deberá definir y establecer los públicos, los objetivos, la estrategia global, las acciones tácticas y la programación de las acciones de comunicación.

Mientras que Martín, F. (1995) “define las funciones como tareas como coordinar y canalizar el plan o la estrategia de comunicación de la organización; gestionar acciones encaminadas a mejorar la imagen pública; potenciar, desarrollar y difundir la actividad de comunicación; conseguir que esta sea clara, veraz, transparente; mantener estrecha relación de colaboración con los medios y verificar y controlar la calidad e incidencias informativas y publicitarias de todas las acciones de comunicación”.

##### 2.1.1 La estrategia de comunicación

La comunicación está muy ligada a otras herramientas y ciencias a fin de crear y difundir contenidos. Para Monserrat (2015) En el ámbito del marketing y de la comunicación, podríamos considerar la estrategia como un conjunto consciente, racional y coherente de decisiones sobre acciones a emprender y sobre recursos a utilizar, que permite alcanzar los objetivos finales de la empresa u organización, teniendo en cuenta las decisiones que en el mismo campo toma, o puede tomar, la competencia considerando, a la vez, las variaciones externas tecnológicas, económicas y sociales del entorno (Sainz de Vicuña, 2000).



### 2.1.1 Descripción técnica del plan estratégico de comunicación

El objeto para este estudio, ha permitido mediante el diagnóstico, vislumbrar algunas carencias técnicas y procedimientos, en el diagnóstico previo, se ha logrado evidenciar algunas oportunidades y ciertas lagunas, que se suponen abordar y solucionar con las acciones que contemple el plan estratégico de comunicación.

En este plan se abordará las generalidades, que nos permitan puntualizar en el público objetivo, las acciones para llegar hacia ellos y como se podrá evaluar el avance del mismo.

El diagnóstico arrojó, la necesidad de trabajar aspectos técnicos y teóricos, internos y externos que conlleven la implementación del plan de comunicación, aporte que debería ser considerado para formalizar y legalizar la instancia o unidad de comunicación, según la revisión de los resultados.

El plan estratégico de comunicación interna y externa para el caso de la municipalidad de Cantel, parte desde las luces que arroja el diagnóstico, que se trabajó con algunas herramientas; grupo focal, entrevistas y encuestas. Parafraseando a Pedro Irusta (2019) “es importante analizar la situación actual de la empresa o institución”

## 2.2 Misión del plan de comunicación

Establecer mecanismos y canales de comunicación, para dar a conocer las actividades o servicios que se desarrollan en la municipalidad, organizando así la información de la administración pública con calidad y eficiencia a la población.

## 2.3 Visión del plan de comunicación

Conseguir el fortalecimiento del recurso humano de comunicación de la municipalidad de Cantel, que brinde servicios adecuados y eficientes, con un equipo de trabajo capaz de generar cambios estructurales en busca de alcanzar la excelencia en la aplicación de las acciones de comunicación.



## 2.4 Elementos comunicacionales

Considerando que la población debe “recibir información sobre las variaciones en la dinámica del contexto socio-político y económico en que desarrolla su labor, para poder definir su estrategia y sus políticas; y proyectar sobre el ámbito social una imagen de empresa fundada en información sobre su dinámica interna y su acción objetiva sobre el medio social. Morales (2009).

El planteamiento principal recae en el emisor, quien deberá mostrar mejora ante la oportunidad de construir un canal de información innovador, que despierte el interés del receptor.

### 2.4.1 Comunicación

La comunicación se concibe como una herramienta estratégica para toda institución, es decir, la comunicación es pieza clave como herramienta para el que hacer institucional.

Según Portilla (2014) “La comunicación se constituye en una herramienta estratégica, que los funcionarios de las organizaciones no deben desconocer, debido a que la comunicación es una herramienta operativa utilizada para optimizar la relación entre el personal y para lograr un posicionamiento de imagen por parte de la institución en el ámbito externo”.

“Los diferentes tipos de instituciones utilizan la comunicación para dar a conocer las actividades que desarrollan o los servicios que prestan, con la finalidad de crear una imagen positiva en la sociedad para que opten por la institución y sus servicios”. (Portilla 2014)

### 2.4.2 Comunicación organizacional

Fernández Collado define la comunicación organizacional como “el conjunto total de mensajes que se intercambian entre los integrantes de una organización, y entre ésta y su medio”, también la entiende como:



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

De esta forma el receptor podrá consumir el recurso proporcionado con el mensaje enviado. Con las acciones propuestas en el plan, para fortalecer el área de comunicación, y fomentar una nueva imagen municipal, que se consolide al servicio de la población.

Para Portilla (2014) las herramientas que deben considerarse, a fin de lograr una comunicación estratégica óptima: son la comunicación interna y externa, las relaciones públicas, la publicidad y publicidad institucional.

### 2.4.3 Comunicación interna

La comunicación interna: actividades que se realizan dentro de una organización para mantener las buenas relaciones entre los miembros de la empresa por medio de la circulación de mensajes originados por los diversos medios de comunicación, con el objetivo de proveer comunicación, unión, motivación y así alcanzar las metas establecidas por la organización.

Para Capriotti (2009) citado por L. Gómez (2012) se refiere a comunicación interna como el conjunto de mensaje y acciones de comunicación elaboradas de forma consciente y voluntaria para relacionarse con los públicos de la organización, con el fin de comunicar con ellos de forma creativa y diferenciada sobre las características de la organización, sobre sus productos y/o servicios y sobre sus actividades (p. 10).

A nivel interno, la comunicación es clave, ya que permitirá la sinergia y pro actividad de las personas que compongan un departamento institucional, además promoverá el buen uso de las herramientas y la distribución de tareas.



Por su parte Domínguez, K. (2002), dice que “la comunicación interna es el conjunto de actividades efectuadas por cualquier organización para la creación y mantenimiento de buenas relaciones entre los miembros a través del uso de diferentes medios de comunicación que los mantengan informados, integrados, y motivados para contribuir con su trabajo al logro de los objetivos organizacionales”. A esto podríamos decir que la comunicación nace desde las buenas interrelaciones internas.

#### 2.4.4 Comunicación externa

La comunicación externa: actos comunicativos dirigidos a públicos externos, con el fin de mantener o perfeccionar las relaciones públicas y así proyectar mejor la imagen corporativa de la organización.

Para lograr este concepto, será importante considerar que la comunicación organizacional es un factor determinante para enlazar la comunicación interna, hacia la externa, de acuerdo al “conjunto de técnicas y actividades que son guiadas para facilitar y agilizar el flujo de mensajes que se interactúan en una municipalidad entre los trabajadores. Ávila, (2014).

Actualmente los operadores municipales de comunicación, se ocupan en transmisiones en vivo desde la página en Facebook de la entidad, aunque tengan cuentas de Instagram, canal en YouTube y página web.

Sin embargo, el interés de mejorar y manifestar interés por el internet o redes sociales, no deben quedar aislados tomando en cuenta lo que indica Daryn Dentzel de Tuenti España, “Hemos pasado de un sistema de comunicación de masas regadera a un sistema de selección de información proactivo por parte del consumidor de información”.

#### 2.4.5 Relaciones públicas

Las relaciones públicas: actividades y programas de comunicación creados para sostener buenas relaciones con los diferentes públicos de la organización.





En este sentido, no hay una buena aceptación de parte de la población sobre el que hacer municipal, o al menos se desconoce un canal puntual de la municipalidad. Como no existen las responsabilidades y un plan definido, poco o nada se puede exigir de responsabilidad. Si puede esperar la mejora de la entidad, no solo porque está dentro de su territorio, también es la ejecutora de muchas de las acciones ciudadanas.

#### 2.4.6 La publicidad

La publicidad: mensajes emitidos a través de medios masivos de difusión con el objetivo de incrementar la venta de los productos o servicios de la organización.

El caso exacto en revisión, se debe entender que es la unidad o departamento de comunicación, la que permite crear una imagen organizacional o vida institucional bien implementada ante la opinión pública o en la sociedad en que se desenvuelve.

#### 2.4.7 La publicidad institucional

La publicidad institucional: actividad de las relaciones públicas, que evoca en los públicos una imagen favorable de la organización.

Estos elementos, se deben considerar por medio de un plan o desarrollo publicitario institucional, su abordaje según Portilla (2014), hace referencia a la comunicación institucional, la importancia de hacer un buen ejercicio en el manejo de las herramientas. Es decir, que la información también va acompañada de programas de publicidad, que benefician la imagen institucional.

### 2.5 Alcances y límites de la estrategia.

En la estrategia se sugiere la instauración legal de la unidad de comunicación social municipal, que cuente con planes en las ramas que los ocupan, además de proponer el presupuesto para el desarrollo de las actividades.



También se presenta la idea de capacitar en habilidades y uso de tecnología a los actuales operadores de comunicación municipal, los cuales deberán ser alcanzados a corto plazo.

Lo que viene siendo para Antezama (2018), “El traslado de los medios de comunicación a formatos digitales viene generando la disminución del consumo de sus versiones tradicionales”.

Los límites para el presente plan, se podrán evidenciar en la voluntad política del Concejo municipal, de aprobar o improbar la propuesta contenida en el presente plan estratégico, ello permitirá que las acciones sean o no validadas para ponerlas en acción.

## 2.6 Metodología para la aplicación de la estrategia comunicacional

Observación: Este ejercicio fue puesto en marcha en los distintos procesos de captura de información diagnóstica, en ello se logró observar las falencias y como estas están repercutiendo en el desarrollo del trabajo de los comunicadores y como es la recepción de la población del quehacer municipal.

Dentro de los puntos críticos, se evidencia la carencia de ciertas herramientas, además del desconocimiento de las asignaciones para cada operador de comunicación.

Exploración: Esto se logra comprender a lo largo del uso de las herramientas de captura diagnóstica, aunque existen algunos sitios como Facebook, Instagram YouTube y la página web de la municipalidad, pocos lo visitan, y esto no necesariamente por la falta de recursos, sino más bien por la falta de contenidos de interés, hasta alguien que maneje dichas plataformas.



Tabla 6. Aplicación de la estrategia comunicacional

|                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|----------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Diagnóstico                | Aplicar herramientas para conocer cómo se está desarrollando el trabajo de comunicación.                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| Elaboración de propuesta   | Con bases teóricas y la experiencia consensuada de los involucrados, se pretende aplicar acciones y herramientas para desarrollar de buena manera el trabajo comunicativo y mejorar la percepción de la población.                                                                                                                                                                           |
| Validación de la propuesta | <p>Se partirá de dos momentos, una validación con técnicos a fin de medir si la propuesta va encaminada a mejorar las condiciones y potenciar los resultados del área de comunicación.</p> <p>Una segunda validación de parte del alcalde y su concejo municipal, ellos son quienes permitirán operativizar el plan estratégico municipal y considerar el presupuesto para su ejecución.</p> |

Fuente: elaboración propia

## 2.6.1 Objetivos del plan estratégico

Objetivo general:

- a) Desarrollar la estrategia de comunicación interna y externa de la unidad de comunicación de la municipalidad de Cantel.

Objetivos específicos:

- b) Fortalecer el área de Comunicación Social de la municipalidad de Cantel, con elementos que arrojó el diagnóstico EPS.



- c) Crear mecanismos eficientes de comunicación para mejorar las habilidades técnicas de personeros del área de comunicación en la municipalidad de Cantel.
- d) Actualizar los roles y asignaciones de cada persona de la unidad de comunicación para potenciar el trabajo y maximizar los resultados.

## 2.6. 2 Acciones para conseguir los objetivos

La estrategia de comunicación servirá como una ruta, basada en los datos del diagnóstico que, a partir de esta formulación, servirán para posicionar a la municipalidad con un modelo de comunicación genuino, que pueda establecerse desde la ejecución total o parcial del plan de comunicación respondiendo así, a los objetivos generales y específicos de la institución.

El análisis realizado, al tema actual de comunicación también requiere de bastante voluntad política, para fortalecer el sistema organizacional de la municipalidad, de manera que se obtenga como resultado mejor atención desde los mensajes, atención al público, manuales de función, planeación y elaboración de presupuestos, optimizando así los recursos.

## 2.6.3 Los indicadores para medir su cumplimiento

“Las organizaciones también deber invertir en su infraestructura, si es que quieren alcanzar unos objetivos de crecimiento (...) En última instancia la capacidad de alcanzar las ambiciosas metas de los objetivos” planteados en la estrategia y deberá iniciar desde lo interno. Kaplan (2009 p. 140 y 159).



Tabla 7. Indicadores para medir el cumplimiento del plan

| Objetivo |                                                                                              | Criterio                                | Medida                                                                           | Punto de referencia                                             | Medios de verificación                                    |
|----------|----------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------|
| 1        | Fortalecer el área de comunicación social municipal                                          | Plan operativo anual                    | Basados en los rubros definidos dentro del plan de inversión municipal           | No hay un plan operativo anual                                  | Entrevista y grupo focal                                  |
| 2        | Crear mecanismos eficientes de comunicación entre cada persona de acuerdo a sus atribuciones | Manual de funciones                     | Adaptadas al reglamento interno y normas de la institución                       | No existe un manual de funciones                                | Entrevista y grupo focal                                  |
| 3        | Facilitar al ciudadano de Cantel información verídica, confiable y precisa                   | Capacitación sobre medios tradicionales | Optimizar la ejecución de actividades entre el personal y calidad comunicacional | El uso de los medios de comunicación se limita a una red social | Encuesta realizada durante el diagnóstico de comunicación |

Fuente: elaboración propia

## 2.6.4 Los instrumentos

Los instrumentos de comunicación utilizados en el proyecto de comunicación, son los considerados clásicos en las ciencias sociales, los cuales sirven para la recolección de datos y registros durante el proceso de investigación.

Desde la ficha de observación, la ficha técnica para el registro del diario de campo que se nos facilitó, el cuaderno para anotar aportes de los grupos focales, el formato de la entrevista a profundidad y el cuestionario formulado para realizar la encuesta digital desde google, son entre los complementos cámara, mapa y grabadora los instrumentos de apoyo al presente trabajo.



En estas condiciones de covid-19, el cuestionario sirvió de manera directa y accesible para la obtención de datos de manera virtual, por medio de mensajes de texto, grupos de whatsapp, inbox de facebook, correo electrónico entre otros medios.

Se aplicó la fórmula de población finito, de acuerdo a datos del Instituto Nacional de Estadística (INE) en el año 2002, de 30,888 habitantes; aplicando la tasa de crecimiento que es el 1.961% proyectado al año 2020 el número de habitantes del municipio de 43,811 personas, de acuerdo a datos de la dirección municipal de planificación de Cantel.

Teniendo a (**N**) como el total de la población, (**Z**) el nivel de confianza que es del 1.96 al cuadrado, para brindar una seguridad del 95%, (**p**) porcentaje de la población, (**q**) el porcentaje de la población que no tiene el atributo deseado, y en este caso como no se paseé el atributo de la población indicada se asume el 50% para (**p**) y 50% para (**q**), (**e**) es el error de estimación en este caso del 5%, (**n**) el tamaño de la muestra. La muestra es de 381 personas encuestadas.

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

## 2.6.5 Actividades para la operatividad de la estrategia

Se propone para la implementación de la estrategia comunicacional, las siguientes acciones:

### 2.6.5.1 Propuesta 1 Plan estratégico de comunicación interna y externa.

Tabla 8. Propuesta 1

| Actividad                                                                                         | Descripción                                                                                           |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Propuesta del plan estratégico de comunicación interna y externa para la municipalidad de Cantel. | Supervisión de Máster Evelyn Hernández<br>Validación de la propuesta por las autoridades municipales. |

Fuente: elaboración propia





### 2.6.5.2 Propuesta 2 Capacitaciones para personal de comunicación.

Tabla 9. Propuesta 2

| <b>Actividad</b> | <b>Descripción</b>                                                                                                                          |
|------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Capacitaciones   | Abordaje de cortos informativos en video y audio.<br><br>Características de fotografías e infografía para ser publicadas en redes sociales. |

Fuente: elaboración propia

### 2.6.5.3 Propuesta 3 Elaboración de manual de funciones para el personal de comunicación.

Tabla 10. Propuesta 3

| <b>Actividad</b>    | <b>Descripción</b>                                                                                                                                          |
|---------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Manual de funciones | Servirá como base, para que el personal trabaje en coordinación con las autoridades de acuerdo al cronograma de trabajo, planteado en plan operativo anual. |

Fuente: elaboración propia



#### 2.6.5.4 Propuesta 4 Implementación de plan operativo anual para la unidad de comunicación.

Tabla 11. Propuesta 4

| Actividad                                                                        | Descripción                                                                                                                                 |
|----------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Plan operativo anual, que describa las actividades de la unidad de comunicación. | El documento será importante para el sustento legal y soporte para el presupuesto que sea designada para la oficina de comunicación social. |

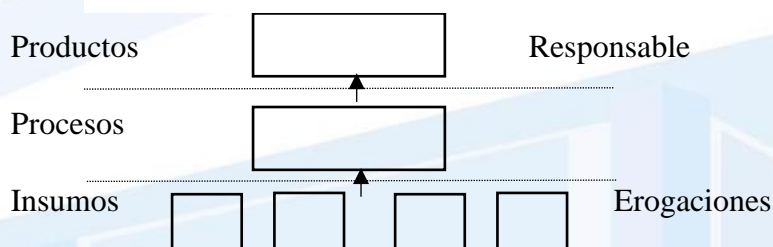
Fuente: elaboración propia

## 2.7 Financiamiento

Considerando que el presente plan de comunicación es un aporte a la sociedad o población de Cantel, el financiamiento para las acciones a realizar, será cubierto en un gran porcentaje por alianzas con profesionales de la comunicación en el área de video y audio, fotografía, diseño y manejo de plataforma virtuales, en la que se propone la participación de una persona por área.

La municipalidad pondrá su contraparte, que corresponde a: viáticos, incentivos económicos, lugar y/o estudio de grabación, herramientas y alimentos para los expertos y participantes en las horas de capacitación referidas.

Figura 21. Elementos de presupuesto



Elaboración propia.

Fuente: CIPPEC, (2014)



## 2.8 Presupuesto para la ejecución del plan estratégico de comunicación

El presupuesto para la ejecución del plan de comunicación, contiene el conjunto de acciones aquí provistos y cada uno con el rubro presupuestario respectivo, tanto de los servicios profesionales, como el material de apoyo, equipo, transporte y alimentación contemplado para el efecto, las cuales se describen en la siguiente tabla.

Tabla 12. Fortalecimiento de habilidades técnicas

| Fecha estimada |      |      |     | Actividad                                                                                   | Recursos                                                                                                                          | Costo    |
|----------------|------|------|-----|---------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|
| Jul            | Ago. | Sep. | Oct |                                                                                             |                                                                                                                                   |          |
|                |      |      |     | Elaboración de material (spots, videos cortos, fotografía) para uso de medios tradicionales | Servicios profesionales                                                                                                           | Q900.00  |
|                |      |      |     |                                                                                             | Equipo de computo<br>Viáticos de transporte y alimentación<br>Honorarios para capacitador                                         |          |
|                |      |      |     | Uso de redes sociales para la divulgación de cortos informativos                            | Servicios profesionales<br>Viáticos de transporte y alimentación<br>Honorarios capacitados                                        | Q900.00  |
|                |      |      |     | Creación de contenidos (videos, fotos, spot y textos)                                       | Servicios profesionales<br>Esquipo y estudio de grabación<br>Viáticos de transporte y alimentación<br>Honorarios para capacitador | Q2500.00 |
|                |      |      |     | Seguimiento y evaluación de los procesos de aprendizaje                                     | Servicios profesionales<br>Viáticos de transporte y alimentación<br>Honorarios para capacitador                                   | Q800.00  |
|                |      |      |     | Presentación de contenidos aprendidos                                                       | Alimentación: Diagramación del manual de funciones y plan operativo anual.                                                        | Q1000.00 |
|                |      |      |     | Total                                                                                       |                                                                                                                                   | Q6100.00 |

Fuente: elaboración propia



## 2.9 Beneficiarios

El presente plan estratégico de comunicación, beneficiara a los habitantes del municipio de Cantel, quienes son el público objetivo de las acciones que la municipalidad implementara, como un aporte de la Universidad de San Carlos de Guatemala, por medio de la Escuela de Ciencias de la Comunicación por medio del investigador del presente trabajo, egresado de dicha escuela.

Así mismo, beneficiara a la misma autoridad municipal, particularmente en la comunicación interna, para que las responsabilidades adquiridas con los colaboradores de la unidad de comunicación, desarrollen procesos comunicativos y de información pública con mayor eficacia a la ciudadanía.

La unidad de comunicación social de la municipalidad de Cantel, quienes desarrollaran su rol dentro de la municipalidad basados de la formalidad de la dependencia de Comunicación, adquiriendo al mismo tiempo, más conocimientos para continuar con el proceso de comunicativo, aunado al equipamiento de la Oficina, con equipo que permita la optimización de su labor.

## 2.10 Recursos Humanos

Tabla 13. Recursos Humanos

| Personal                                     | Cargo                                                                  | Actividad                                                               |
|----------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------|
| Lic. David Chojolan                          | Alcalde municipal de Cantel                                            | Validación de actividades                                               |
| José Vicente                                 | Director de DAFIM                                                      | Encargado de presupuesto                                                |
| Jorge Méndez                                 | Director de Recursos Humanos                                           | Manuales de trabajo                                                     |
| Eddy Hernández                               | Coordinador de comunicación                                            | Coordinación de capacitaciones                                          |
| Dr. José María Torres<br>M.A. Evelyn Morazán | Coordinador y subcoordinador<br>ejercicio profesional supervisado 2021 | Asesorar y valorar la ejecución del<br>plan estratégico comunicacional. |



|                                                 |                                                       |                                                                                       |
|-------------------------------------------------|-------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|
| M.A. Evelyn Hernández<br>M.A. Marvin Sarmientos | Supervisores del ejercicio profesional<br>supervisado | Orientar y corregir el proceso de la<br>ejecución del plan de comunicación.           |
| Periodista Regino Juárez<br>Lic. Emanuel Yac    | Capacitadores                                         | Colaboración en la parte técnica y<br>contenidos de capacitaciones                    |
| Víctor Elías                                    | Estudiante de comunicación                            | Ejecución del plan estratégico de<br>comunicación para la municipalidad<br>de Cantel. |

Fuente: elaboración propia

## 2.11 Área geográfica de acción

El municipio de Cantel, departamento de Quetzaltenango, es el área determinada por el diagnóstico de comunicación donde se ejecutará el plan estratégico de comunicación

Se ubica en el altiplano occidental del país guatemalteco y tiene dentro de sus características que sus habitantes son de habla kiche y español se localiza a una altitud de 2,370 metros sobre el nivel del mar.

## 2.12 Cuadro comparativo de la estrategia

Para optimizar el tiempo y ordenar cada una de las acciones a ejecutar durante el proceso, se estipula los tiempos necesarios para alcanzar cada una de las propuestas que se realizan.



Tabla 14. Cuadro comparativo

| Actividad o producto comunicacional                                                     | Objetivos específicos                                          | Presupuesto | Recurso humano       | Área geográfica de impacto          | Beneficiarios                       | Fecha de ejecución         |
|-----------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------|-------------|----------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|----------------------------|
| Elaboración de material fotográfico, infografía, videos cortos                          | Ofrecer un trabajo de calidad para la audiencia                | Q900.00     | Servicio profesional | Municipio de Cantel, Quetzaltenango | Unidad de comunicación social       | Mes de Julio y agosto 2021 |
| Elaboración de manual de trabajo                                                        | Optimizar el recurso humano                                    | Q 500.00    | Servicio profesional | Municipio de Cantel, Quetzaltenango | Departamento de comunicación social | Mes de agosto 2021         |
| Elaboración de plan operativo anual, que contenga los rubros a utilizar durante el año. | Promover estrategias cognitivas en el personal de comunicación | Q300.00     | Servicio profesional | Municipio de Cantel, Quetzaltenango | Departamento de comunicación social | Mes de septiembre 2021     |

Fuente: elaboración propia.

### 2.12.1 Cronograma de ejecución de plan estratégico

El cronograma, es la herramienta que establece los tiempos para la ejecución del plan. Misma, que se contempla trabajar por semanas, durante los meses de julio a octubre de 2021.





Tabla 15. Cronograma de ejecución

| No                                                                | ACTIVIDADES                                                                                               | SEMANAS |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |  |
|-------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|--|
|                                                                   |                                                                                                           | 1       | 2 | 3 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 |  |
| 1                                                                 | Presentación y validación del Plan Estratégico<br>Comunicación                                            | ■       |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |  |
| 2                                                                 | Elaboración de contenidos para capacitaciones                                                             |         | ■ |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |  |
| 3                                                                 | Coordinación con profesionales de<br>comunicación y equipo municipal para los<br>talleres de capacitación |         |   | ■ |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |  |
| 4                                                                 | Taller de fotografía                                                                                      |         |   |   |   |   | ■ |   |   |   |   |   |   |   |   |   |  |
| 5                                                                 | Taller para edición de video                                                                              |         |   |   |   |   |   | ■ |   |   |   |   |   |   |   |   |  |
| 6                                                                 | Capacitación uso de plataformas virtuales                                                                 |         |   |   |   |   |   |   | ■ |   |   |   |   | ■ |   |   |  |
| <b>Gestión para la instauración de la oficina de comunicación</b> |                                                                                                           |         |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |  |
| 7                                                                 | Revisión de acuerdo municipal de la oficina                                                               |         |   |   | ■ |   |   |   | ■ |   |   |   |   |   |   |   |  |
| 8                                                                 | Propuesta de plan operativo anual y manuales de<br>trabajo de la oficina de comunicación                  |         |   |   |   | ■ |   |   |   | ■ |   |   |   |   |   |   |  |
| 9                                                                 | Mejoramiento de oficina de comunicación,<br>ambientación y equipo de trabajo                              |         |   |   |   |   |   |   | ■ |   |   |   | ■ |   |   |   |  |
| 10                                                                | Reunión con equipo de trabajo de comunicación<br>y autoridades municipales para determinar<br>avances     |         |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   | ■ |   |   |  |
| 11                                                                | Evaluación de acciones y material audiovisual                                                             |         |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   | ■ | ■ |   |  |
| 12                                                                | Entrega de informe y trabajo realizado según<br>plan estratégico comunicacional                           |         |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   | ■ |  |

Fuente: elaboración propia.



## Capítulo 3

### Ejecución de la estrategia de comunicación

#### 3. Informe de la ejecución

El trabajo planteado en el siguiente proyecto de comunicación, se presenta como una ruta determinante en el que hacer de la comunicación social, para la municipalidad de Cantel. Acción que cobra relevancia, al momento que se considere la importancia que tiene la planificación de la comunicación en la entidad gubernamental y logrará su objetivo cuando los gobernantes prioricen la información que se traslade al público objetivo.

Dicho por los expertos de la revista electrofónica en Iberoamérica Especializada en Comunicación, (2014) pasamos de la comunicación estratégica al plan de comunicación. En efecto, esta parte de la comunicación se basa en la estrategia, según relata Santesmases (1996). Las estrategias tratan de desarrollar ventajas competitivas en productos, mercados, o capacidades, de modo que aseguren la consecución de tales objetivos.

#### 3.1 Ejecución 1 presentación y validación del plan estratégico

Tabla 16. Ejecución No.1 Plan estratégico

| Actividad                                                          | Descripción                                                          |
|--------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------|
| Diseñar y presentar acciones del plan estratégico de comunicación. | Que sea conocida y aprobada por las autoridades de la municipalidad. |

Fuente: elaboración propia



## Objetivo de la actividad 1

Fortalecer el área de Comunicación Social de la municipalidad de Cantel, con elementos que arrojó el diagnóstico EPS.

## Medio utilizado

- Infografía del plan estratégico de comunicación
- Conexión de internet para presentación ante Máster Evelyn Hernández, supervisora de EPSL, personal y autoridades de la municipalidad de Cantel por la plataforma google meet.
- Computadora para realizar presentación power point.

## Área geográfica de impacto

La presentación y validación del plan estratégico de comunicación se realizó en la municipalidad de Cantel, ubicada en 1era calle, 1era avenida de la zona 1 del municipio de Cantel.

Tabla 17. Presupuesto ejecución 1

| Cantidad | Actividad                                                                                                   | Costo estimado |
|----------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|
| 1        | Diseño y diagramación de infografía                                                                         | Q 200.00       |
| 1        | Servicio de internet para webinar                                                                           | Q 100.00       |
| 1        | Coffe break entrega de infografía para la validación a autoridades municipales y personeros de comunicación | Q 150.00       |
| Total    |                                                                                                             | Q.450.00       |

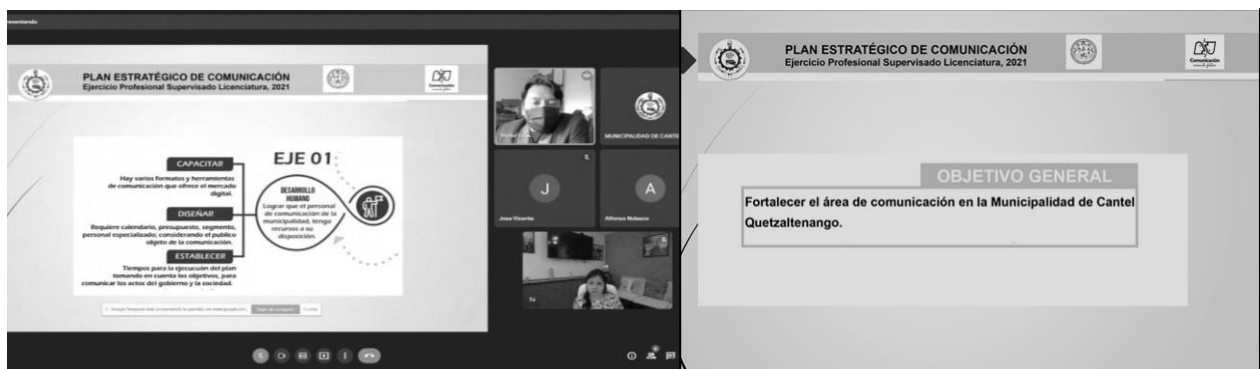
Fuente: Elaboración propia.



## Comprobación de material ejecución 1

- a) Se trabajó la presentación con la plantilla de power point.
- b) Por medio de la infografía, se presentó síntesis del contenido del plan estratégico de comunicación, al delegado del alcalde municipal, nombrado para la conferencia virtual.
- c) También se entregó un resumen del plan estratégico de comunicación.

Figura 22. Presentación Virtual



Conferencia virtual, asesor de EPS y equipo municipal.

Plantilla de power point, para la presentación del plan.

## 3.2 Ejecución 2 Capacitaciones

Tabla 18. Ejecución No. 2 Capacitaciones

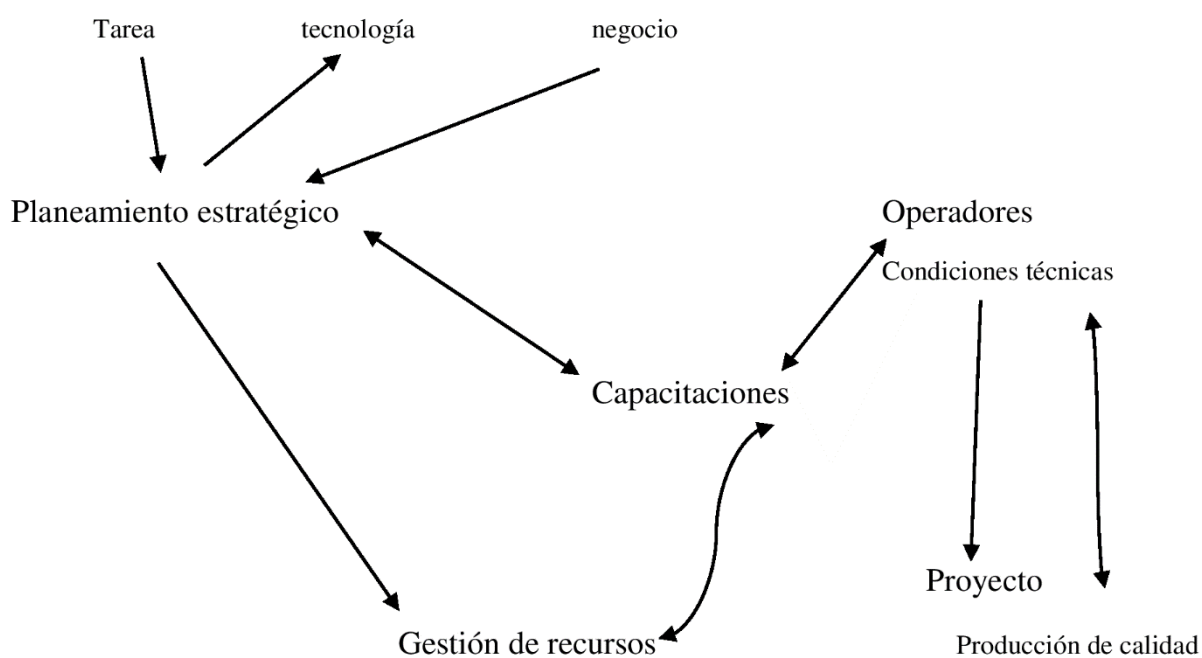
| Actividad                               | Descripción                                                                                                                                        |
|-----------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Capacitación sobre medios tradicionales | <p>Abordaje de cortos informativos en video y audio.</p> <p>Características de infografía y fotografías para ser publicadas en redes sociales.</p> |

Fuente: elaboración propia



En la siguiente gráfica se define el fortalecimiento al departamento de comunicación social y quienes ejercen las funciones de comunicadores en la comuna cantelense, de acuerdo al plan estratégico de comunicación, elaborado para la municipalidad de Cantel.

Figura 23. Planteamiento estratégico



Elaboración propia.

Fuente: <http://www.eclac.org/publicaciones/xml/6/4606/cap73.html>



## Objetivo de la actividad 2

Crear mecanismos eficientes de comunicación para mejorar las habilidades técnicas de personeros del área de comunicación en la municipalidad de Cantel.

### Medio utilizado

- a) Computadora
- b) Hojas para la elaboración para la guía
- c) Cámara para foto y cámara para video
- d) Estudio de grabación y edición de voz y video
- e) Conexión de internet para la difusión
- f) Locación

### Área geográfica de impacto

El trabajo se realizará en la municipalidad de Cantel, ubicada en 1era calle, 1era avenida de la zona 1 del municipio de Cantel.

Tabla 19. Presupuesto ejecución 2

| Cantidad | Actividad                                    | Costo estimado |
|----------|----------------------------------------------|----------------|
| 1        | Elaboración de material para la capacitación | Q 300.00       |
| 1        | Cámara de video                              | Q 300.00       |
| 1        | Equipo de grabación y edición de voz y video | Q 500.00       |
| 1        | Capacitador (cuatro sesiones)                | Q 5,000.00     |
| Total    |                                              | Q 6,900.00     |

Fuente: Elaboración propia

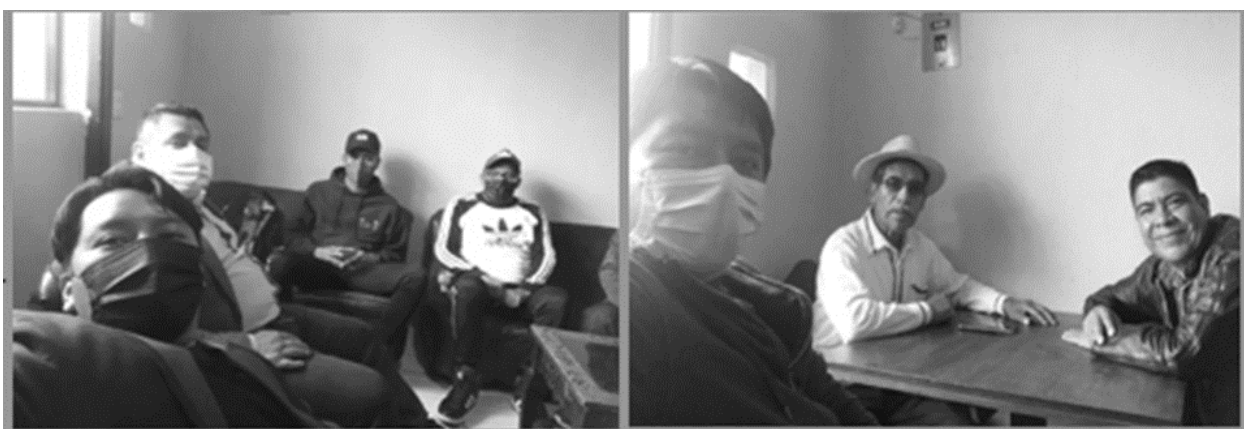




## Comprobación de material ejecución 2

Luego de la validación de la propuesta, se realizó la capacitación con el equipo municipal de comunicación, quienes, dentro de su rol, se comprometieron a mejorar las capacidades técnicas e implementar los conocimientos adquiridos en el trabajo que cada uno realiza en el área de comunicación municipal, considerando el carácter sociocultural de la población de Cantel.

Figura 24. Talleres de capacitación



Sesión de trabajo, con los encargados de comunicación. Actores locales, aportando conocimiento socio-cultural.

### 3.3 Ejecución 3 y 4 Elaboración de manual de funciones y plan operativo anual

Tabla 20. Ejecución No. 3 y 4 Manual de funciones y plan operativo

| <b>Actividad</b>                                                                          | <b>Descripción</b>                                                               |
|-------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------|
| Escribir y definir las funciones de cada una de las personas en el área de comunicación.  | Se concretará las responsabilidades de cada puesto de trabajo.                   |
| Diseñar y describir el plan operativo anual, que contenga las actividades durante el año. | Para que se le asigne presupuesto a la oficina de comunicación social municipal. |

Fuente: elaboración propia



## Objetivos de la actividad 3 y 4

Describir los roles y asignaciones de cada persona en la unidad de comunicación para potenciar el trabajo y maximizar los resultados.

### Medio utilizado para la estrategia 3

- a) Computadora
- b) Hojas para los manuales de comunicación e impresión de los documentos que se entregarán.
- c) Asesoría laboral, en el caso del manual de funciones.
- d) Asesoría institucional, para el plan operativo anual que se sugiere, de acuerdo al presupuesto que la municipalidad de Cantel, destine para el área de comunicación social.

### Área geográfica de impacto

El trabajo se realizará en la Municipalidad de Cantel, ubicada en 1era calle, 1era avenida de la zona 1 del municipio de Cantel, Quetzaltenango.

Tabla 21. Presupuesto ejecución 3 y 4

| Cantidad | Actividad                                                      | Costo estimado |
|----------|----------------------------------------------------------------|----------------|
| 1        | Elaboración de manual de funciones y plan operativo anual 2022 | Q 2,000.00     |
| 1        | Asesoría laboral e institucional                               | Q 600.00       |
| 1        | Impresión de documentos                                        | Q 100.00       |
| 1        | Diseño de portada y revisión de contenidos                     | Q 200.00       |
| Total    |                                                                | Q 2,900.00     |

Fuente: elaboración propia.



## Comprobación de material para la ejecución 3 y 4

Se hará entrega al área de comunicación de la municipalidad de Cantel, el manual de funciones en digital o formato de documento portátil (PDF) y el ejemplo de plan operativo anual para el ejercicio fiscal 2022 en documento Word editable, para facilitar las modificaciones en próximos ejercicios fiscales a quienes integren el personal de comunicación de dicha entidad.

Los documentos debidamente identificados con los logotipos de la municipalidad de Cantel, Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala y de la propia Universidad de San Carlos de Guatemala.

Figura 25. Portada de documentos



Diseño de portada del manual de funciones y plan operativo anual para el área de comunicación, municipalidad de Cantel.



### 3.4 Actividades y calendarización

Las actividades que se describen en el siguiente cuadro, se efectuaron de manera híbrida. En algunos casos fueron diligencias presenciales, siempre respetando los protocolos de Covid-19 decretados en nuestro país. En ocasiones se realizó trabajos grupales hasta cinco personas, siempre manteniendo las restricciones manifiestas en este año 2021.

Tabla 22. Cronograma de actividades para el desarrollo del plan estratégico comunicacional

| No. | Actividad                                                               | Mes     |    |    |    |    |       |    |    |    |    |       |    |    |    |    |      |    |    |    |    |       |    |    |    |    |       |    |    |    |    |        |    |    |    |    |            |    |    |    |    |    |    |  |  |  |  |  |  |  |
|-----|-------------------------------------------------------------------------|---------|----|----|----|----|-------|----|----|----|----|-------|----|----|----|----|------|----|----|----|----|-------|----|----|----|----|-------|----|----|----|----|--------|----|----|----|----|------------|----|----|----|----|----|----|--|--|--|--|--|--|--|
|     |                                                                         | Febrero |    |    |    |    | Marzo |    |    |    |    | Abril |    |    |    |    | Mayo |    |    |    |    | Junio |    |    |    |    | Julio |    |    |    |    | Agosto |    |    |    |    | Septiembre |    |    |    |    |    |    |  |  |  |  |  |  |  |
|     |                                                                         | S1      | S2 | S3 | S4 | S1 | S2    | S3 | S4 | S5 | S1 | S2    | S3 | S4 | S5 | S1 | S2   | S3 | S4 | S1 | S2 | S3    | S4 | S1 | S2 | S3 | S4    | S5 | S1 | S2 | S3 | S4     | S5 | S1 | S2 | S3 | S4         | S5 | S1 | S2 | S3 | S4 | S5 |  |  |  |  |  |  |  |
| 1   | Solicitud para realizar practicas                                       |         |    |    |    |    |       |    |    |    |    |       |    |    |    |    |      |    |    |    |    |       |    |    |    |    |       |    |    |    |    |        |    |    |    |    |            |    |    |    |    |    |    |  |  |  |  |  |  |  |
| 2   | Conferencia primera fase Diagnóstico de Comunicación                    |         |    |    |    |    |       |    |    |    |    |       |    |    |    |    |      |    |    |    |    |       |    |    |    |    |       |    |    |    |    |        |    |    |    |    |            |    |    |    |    |    |    |  |  |  |  |  |  |  |
| 3   | Elaboración de la Evaluación Diagnóstica de Comunicación                |         |    |    |    |    |       |    |    |    |    |       |    |    |    |    |      |    |    |    |    |       |    |    |    |    |       |    |    |    |    |        |    |    |    |    |            |    |    |    |    |    |    |  |  |  |  |  |  |  |
| 4   | Conferencia segunda fase Plan Estratégico de Comunicación               |         |    |    |    |    |       |    |    |    |    |       |    |    |    |    |      |    |    |    |    |       |    |    |    |    |       |    |    |    |    |        |    |    |    |    |            |    |    |    |    |    |    |  |  |  |  |  |  |  |
| 5   | Elaboración y entrega de plan estratégico de comunicación               |         |    |    |    |    |       |    |    |    |    |       |    |    |    |    |      |    |    |    |    |       |    |    |    |    |       |    |    |    |    |        |    |    |    |    |            |    |    |    |    |    |    |  |  |  |  |  |  |  |
| 6   | Supervisión en Institución                                              |         |    |    |    |    |       |    |    |    |    |       |    |    |    |    |      |    |    |    |    |       |    |    |    |    |       |    |    |    |    |        |    |    |    |    |            |    |    |    |    |    |    |  |  |  |  |  |  |  |
| 7   | Conferencia tercera fase Ejecución Plan Estratégico de Comunicación     |         |    |    |    |    |       |    |    |    |    |       |    |    |    |    |      |    |    |    |    |       |    |    |    |    |       |    |    |    |    |        |    |    |    |    |            |    |    |    |    |    |    |  |  |  |  |  |  |  |
| 8   | Entrega de avances de la Ejecución del Plan Estratégico de Comunicación |         |    |    |    |    |       |    |    |    |    |       |    |    |    |    |      |    |    |    |    |       |    |    |    |    |       |    |    |    |    |        |    |    |    |    |            |    |    |    |    |    |    |  |  |  |  |  |  |  |
| 9   | Ejecución del Plan Estratégico de Comunicación                          |         |    |    |    |    |       |    |    |    |    |       |    |    |    |    |      |    |    |    |    |       |    |    |    |    |       |    |    |    |    |        |    |    |    |    |            |    |    |    |    |    |    |  |  |  |  |  |  |  |

Fuente: elaboración propia.



## Conclusiones

- a) El diagnóstico de comunicación interna y externa, fue puntual en los datos obtenidos de los actores locales, equipo de comunicación de la municipalidad, personeros de recursos humanos y DAFIM, incluso el propio alcalde municipal, quienes ha aportado desde su percepción el trabajo que actualmente se realiza en la unidad de comunicación.
- b) Se valora el interés de informar a la población de Cantel de parte de la municipalidad, sin embargo, se debe considerar los resultados de la observación de campo, los grupos focales, la entrevista y sobre todo la encuestas, las cuales permitieron conocer cómo se venía realizando los procesos comunicativos en la municipalidad y población de Cantel.
- c) Existe bastantes oportunidades y gran fortaleza para el desarrollo de la comunicación, se deberá priorizar y optimizar los recursos puestos a disposición del personal de la unidad de comunicación social de la municipalidad, además de la naturaleza del lugar, que se presta para un buen ejercicio de comunicación y alcanzar los objetivos trazados en la información pública sobre el que hacer de la administración municipal.
- d) La municipalidad es la entidad que administra el poder local, la representante del gobierno nacional en el territorio, por lo tanto; comunicar eficazmente hará que los ciudadanos de interés más en la participación, en la transparencia en el manejo de los fondos públicos y la distribución de estos, basarse en la comunicación para que la población conozca los avances, ponderara la imagen de la municipalidad.
- e) El desarrollo de la estrategia comunicativa, hará que la organización interna de la comuna, tenga los suficientes elementos para mejorar y fortalecer la comunicación externa de la entidad edilicia, en tanto; por las características actuales del covid- 19, se deja un trabajo útil, como herramienta para conducir los destinos municipales, al más alto nivel de ejecución y servicio público.





## Recomendaciones

- a) Dentro de las principales recomendaciones es creación de la unidad de comunicación, como desafío para orientar la gestión municipal, hacia la obtención de resultados en articulación al presupuesto público, para que en base a la planificación se obtenga el rubro para el desembolso del presupuesto para la operativizar unidad de comunicación social municipal.
- b) Con el presupuesto y la planificación, se logrará la vinculación con las políticas públicas para coordinar acciones con diferentes organismos de estado y para fortalecer las estrategias de gobierno a largo mediano y corto plazo. Consolidando de esta manera, las habilidades técnicas y profesionales de quienes ejerzan la comunicación en la entidad.
- c) Se recomienda contar con un asesor de comunicación social, para consolidar el trabajo de comunicación social que actualmente, emerge con muchas oportunidades.
- d) Mejorar el espacio físico para la unidad de comunicación municipal para apoyar algunas iniciativas meritorias en otras entidades del municipio.
- e) Sustentar la creación de la unidad de comunicación con un acuerdo municipal, para la legalidad y legitimidad de los oficios que se le confiere dentro de la estructura municipal, para que dicha instancia, no sea disuelta por posteriores gobernantes.
- f) Es fundamental continuar con la preparación del equipo técnico de la municipalidad de Cantel Quetzaltenango, brindando así un buen clima laboral e incentivando las capacidades del personal que actualmente está en el departamento de comunicación social.
- g) La municipalidad de Cantel y la unidad de comunicación deberá garantizar la continuidad de la ejecución del presente plan estratégico comunicacional.
- h) Actualizar los manuales de funciones para aprovechar la capacidad del personal de comunicación, logrando la eficacia en el trabajo y el territorio.





## Referencias

- Ávila, R. g. (2014). *Crítica de la comunicación organizacional*. México: UNAM.
- Caro, L. (2021) 7 técnicas e instrumentos para la recolección de datos. Recuperado de: <https://lifeder.com/técnicas-instrumentos-recoleccion-datos/>
- Casas, Repullo y Donado (2002) *La encuesta como técnica de investigación. Elaboración de cuestionarios y tratamiento estadístico de los datos (I)*. Departamento de Planificación y Economía de la Salud. Escuela Nacional de Sanidad. ISCIII. Madrid. España
- Cavaleri, F. (2015) *Análisis FODA: Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas*. Recuperado: <https://rue.fenf.edu.uy/index.php/rue/article/view/85>
- Cazau, P. (2006). *INTRODUCCIÓN A LA INVESTIGACIÓN EN CIENCIAS SOCIALES*. Retrieved from [alcazaba.unex.es](http://alcazaba.unex.es)
- Código el municipal
- DMP (-ass- Proyecto, 2021)
- Guatemala: *Estimaciones de la Población total por municipio. Período 2008-2020*.
- Hernández Sampieri, Fernández, C. y Baptista, P. (2006). *Metodología de la investigación*. Cuarta edición.
- <http://www.eclac.org/publicaciones/xml/6/4606/cap73.html> recuperado el 18 de agosto 2021.
- <http://ilifebelt.com/usuarios-uso-redes-sociales-guatemala/2016/08/> recuperado el 26 de septiembre 2021.
- <https://www.cippec.org/wp-content/uploads/2017/03/1348.pdf>. Recuperado 06 de octubre 2021.
- <https://www.prensalibre.com/guatemala/comunitario/esta-es-la-cobertura-de-la-television-por-cable-a-escla-nacional-segim-el-ultimo-censo/> recuperado el 29 de septiembre 2021.



## INSTITUTO NACIONAL DE ESTADISTICA

Lozada José (2014) Ciencia América. Revista de divulgación científica de la Universidad Tecnológica Iberoamérica, ISSN-e 1390-9592, páginas 47-50, recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6163749>.

Mazariegos Mónica (s/f) Guatemala Régimen Jurídico Municipal: Del Centralismo a la Participación Ciudadana.

Montserrat Juan (2015) EL PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN. ESTRUCTURA Y FUNCIONES. Victoria Tur-Viñes (España).

Morales E. (2010) la recolección de datos. Recuperado de: <https://academia.edu>

Portilla García, Paola Marisol (2014) "PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN INTERNA PARA UNA INSTITUCIÓN DESCENTRALIZADA DEL GOBIERNO." Universidad Rafael Landívar. Guatemala.

Questionpro (2021) ¿Qué es la investigación descriptiva? <https://www.questionpro.com/blog/es/investigacion-descriptiva/>

Ramírez, J. (2009) <https://edgvirtula.udg.mx./jspui/handle/123456789/1214>

Recuperado: <http://repositorio.ufpso.edu.co/bitstream/123456789/234/1/30138.pdf>

Recuperado: <http://repositorio.ufpso.edu.co/bitstream/123456789/230/1/30739.pdf>

Revista telefónica en Iberoamérica Especializada en Comunicación, (2014)

S. Montoya (2011) extraído de KAPLAN, R. et al. (2009). Cuadro de manto integral: the Balanced Scorecard. Barcelona: Gestión 2000. p. 159.

Santesmases (1996)

SIAF: sicoin gl (municipalidad de Cantel, Departamento de Quetzaltenango, 2021).

Zafra Orlando (2006) Tipos de investigación. Revista Científica General José María Córdova, vol. 4, núm. 4, 2006, pp. 13-14 Escuela Militar de Cadetes "General José María Córdova" Bogotá, Colombia.



## Encuesta

La presente encuesta tiene como objetivo conocer su percepción y conocimiento sobre la comunicación de la municipalidad de Cantel, Quetzaltenango.

### 1.- Género \*

Mujer

Hombre

### 2.- Edad

18-34

35-49

50-65

Más de 65 años.

### 3.- ¿Cuál es su grado de interés en relación a las noticias municipales? \*

Mucho

Poco

Nada

### 4.- Normalmente, ¿cómo se informa de las noticias locales? Puede elegir más de una opción.

Televisión

Radio

Medio escrito

Redes sociales

Amigos/familiares

### 5.- Sigue usted alguno de los medios de comunicación que utiliza la municipalidad de Cantel para informar a sus vecinos.

Sí

No



**6.- Si usted sigue alguno del medio de comunicación de la municipalidad de Cantel, ¿cómo evalúa su desempeño para mantenerlo informado? \***

Muy bueno                      Bueno                      Regular                      No aplica

**7.- ¿Qué tipo de información es lo que más le interesa recibir por parte de la municipalidad?**

Ornato    Transito    Recreación    Proyectos educativos municipales    Trámites    Otros

**8.- ¿Qué medios considera prioritarios para recibir información sobre la municipalidad de Cantel?**

Radio                                      Medios escritos                                      Redes sociales

**9.- ¿Si usted utiliza redes sociales, que tipo de formato considera adecuado para recibir eficazmente la información?**

Videos                      Fotografías                      Infografías                      Ninguno

**10.- Si usted tiene redes sociales, ¿cuál de las redes sociales frecuenta más?**

Facebook    You tube    Twitter    Instagram    Otro    Ninguno

**11.- ¿Conoce las redes sociales que utiliza la municipalidad de Cantel? \***

Si                                      No                                      No me interesa

**12.- ¿Qué red social conoce de la municipalidad de Cantel? \***

Facebook    You tube    Twitter    Instagram    Otro    Ninguno



**13.- ¿Se ha comunicado usted directamente por redes sociales a la municipalidad? \***

Si

No

No responde

**14.- ¿Con qué frecuencia escucha radio?**

Frecuente

Muy frecuente

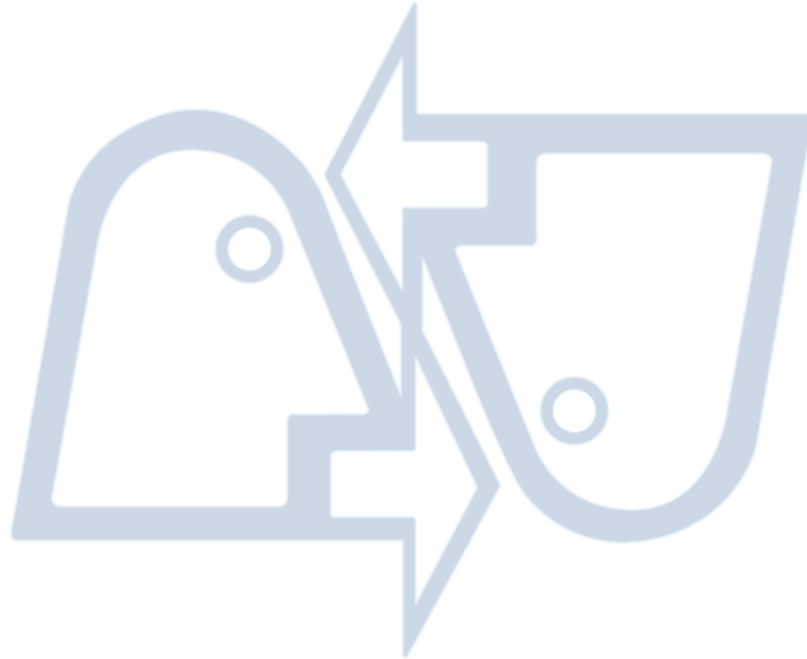
Nunca

**15.- ¿Alguna vez ha visitado el sitio web de la municipalidad de Cantel?**

Si

Nunca

No me interesa



**Comunicación**  
*creando futuro*