

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO



**DIAGNÓSTICO Y ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN EXTERNA PARA
PROMOVER EN LAS REDES SOCIALES LOS SERVICIOS QUE
PRESTAN EN LA ALCALDÍA AUXILIAR, ZONA 4 DE MIXCO.**

ERICKA EUGENIA ESCOT MOLINA

LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

GUATEMALA, OCTUBRE 2021

Universidad de San Carlos de Guatemala

Escuela de Ciencias de la Comunicación

Ejercicio Profesional Supervisado

Diagnóstico y estrategia de comunicación externa para promover en las redes sociales los servicios que prestan en la Alcaldía Auxiliar, zona 4 de Mixco

Presentado por

Ericka Eugenia Escot Molina

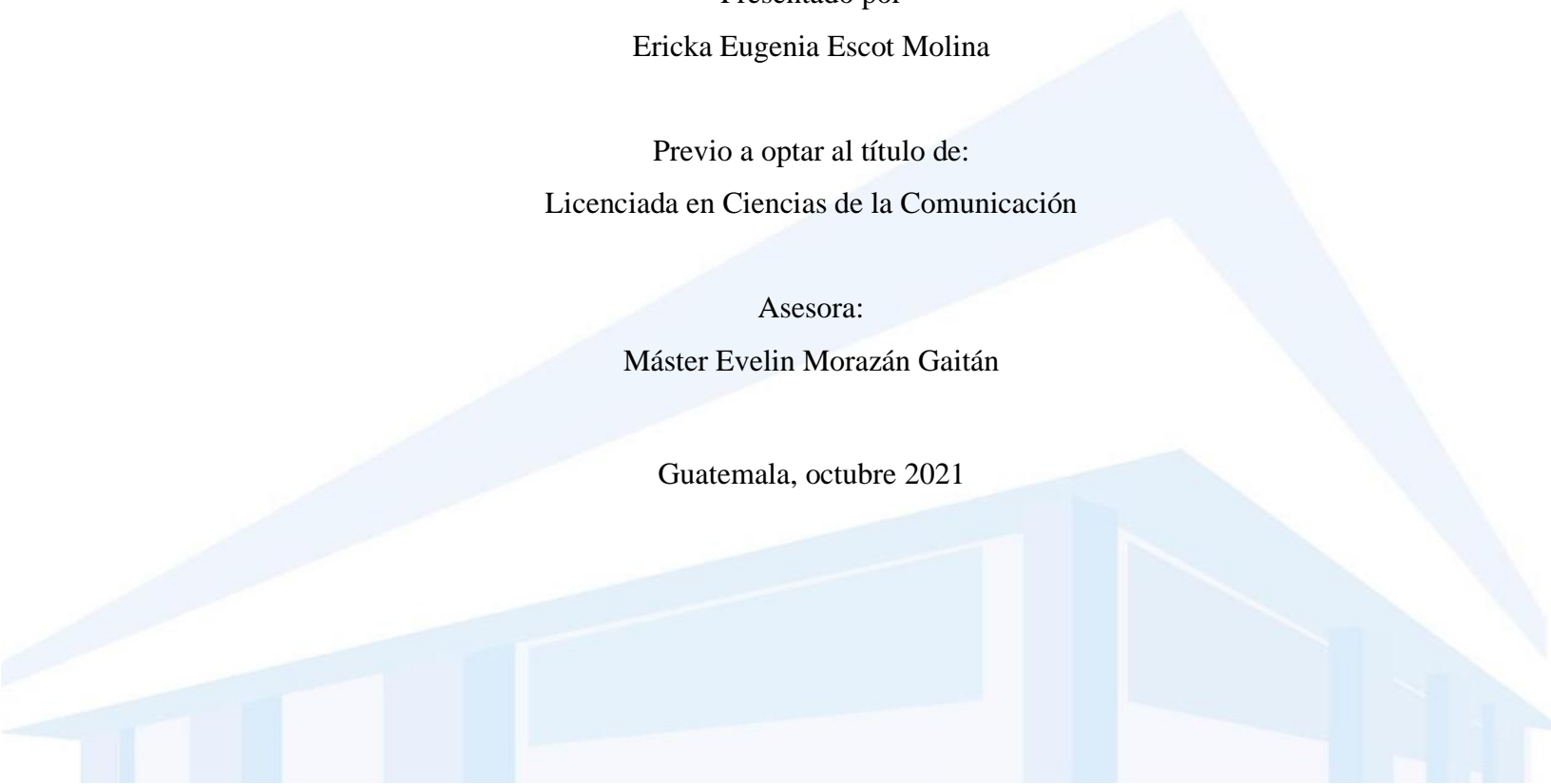
Previo a optar al título de:

Licenciada en Ciencias de la Comunicación

Asesora:

Máster Evelin Morazán Gaitán

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 15 de 2021

Estudiante de EPS de Licenciatura
Ericka Eugenia Escot Molina
Carné: 9417252
Presente.

Para su conocimiento y efectos se hace constar que:

Después de evaluar su trabajo académico impreso y de manera virtual, titulado: **“Diagnóstico y estrategia de comunicación externa para promover en las redes sociales los servicios que prestan en la Alcaldía auxiliar, zona 4 de Mixco”** y luego de haber sustentado el examen privado y defensa de su proyecto de EPS, de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, se aprueba por unanimidad por parte del tribunal examinador.

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

Sin más que hacer constar:

“ID Y ENSEÑAD A TODOS”


M.A. Evelin Morazán Gaitán
Supervisora


Dr. José María Torres
Coordinador

Escuela de Ciencias de la Comunicación
Coordinación EPS
LICENCIATURA



Guatemala 4 de marzo de 2021
EPSL-C047

Arquitecto:
Háctor Váldez
Alcaldía Auxillar Mixco Zona 4
Presente.

Distinguido Arquitecto Váldez:

Por medio de la presente se solicita aceptar como practicante del programa de graduación del EPS de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, a la estudiante **Ericka Eugenia Escot Molina**, carné no. **9417252** quién manifestó su deseo de hacer Práctica Supervisada en su institución, para el efecto se requiere lo siguiente:

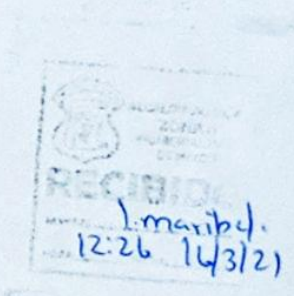
- Extenderle, por favor una carta de aceptación y trabajar por medios electrónicos, plataformas virtuales, presencial, semipresencial, híbrida, o como su institución lo determine.
- Facilitarle los materiales para hacer su práctica.
- Aceptar dentro del Plan y Estrategia de Comunicación del 2021 de su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

Atentamente,

"ID Y ENSEÑAR A TODOS" de la Comunicación



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



cc. Archivo
MA. Evelin Morazán

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

www.comunicacion.usac.edu.gt

(502) 2418-8920





OFICIO: CCM/006-Z4-2021

Ciudad de Mixco 22 de marzo de 2,021

Señor Dr.
JOSE MARIA TORRES CARRERA
Coordinador de EPS
Licenciatura en Ciencias de la Comunicación
Universidad de San Carlos de Guatemala
Presente.

Estimado Señor Dr.:

Me es grato dirigirme a usted, para informarle que gustosamente se recibe para efectuar las prácticas de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, al estudiante:

ERICKA EUGENIA ESCOT MOLINA

Quien se identifica con el carné No. **9417252**

Al agradecerle la confianza hacia nuestra Institución, quedo de usted atentamente,




BBA Fernando Dávila Rafael
Coordinador Extracurricular CEM

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

Dedicatoria A:

- Dios: Por ser una luz en mi camino y recibir cada día sus bendiciones.
- Virgen María: Por ser testigo de su amor incondicional y acompañarme en esta etapa de mi vida hasta culminar este proyecto.
- Mi Madre: Eugenia Molina, por el apoyo que me ha dado toda mi vida, por su amor y por sus consejos de cada día.
- Mi Padre: German Escot, un abrazo hasta el cielo.
- Mi Esposo: Alfredo Castellanos, por estar conmigo en todo este proceso, gracias por tus palabras de motivación, por ser mi compañía hasta terminar este trabajo, por sus desvelos y por ser parte importante para lograr esta meta.
- Mi hija: Isabela Alessandra, por ser mi impulso a seguir y cerrar este ciclo de mi vida, que tengas este ejemplo para que te sigas superando, mil gracias por tu paciencia y comprensión en todo este año.
- Mis hermanos: Jeanette, Martín y Mariela gracias por el apoyo que me dieron.
- Mi Tía: Elsa por todo el cariño y apoyo que me dio durante su vida, un abrazo hasta el cielo.
- Mis primos: Nancy y Hans por el apoyo que siempre me brindan.

Agradecimientos A:

Universidad de San Carlos de Guatemala

Donde me formé profesionalmente.

Escuela de Ciencias de la Comunicación

A todos los docentes que me instruyeron a lo largo de mi carrera,
gracias por sus conocimientos.

Licenciado César Paiz

Director de la Escuela de Ciencias de la Comunicación

Por el apoyo al Ejercicio Profesional Supervisado.

Dr. José María Torres

Por brindarme el espacio en este proyecto y por su apoyo.

M.A. Evelin Morazán

Por esa gran paciencia que tiene al enseñar, por el apoyo a mi
persona, por la asesoría y ayudarme a culminar este importante
proyecto.

Arquitecto Héctor Valdez

Por la oportunidad de realizar el Ejercicio Profesional Supervisado,
EPS, en la Alcaldía Auxiliar de la zona 4 de Mixco

Índice

Índice de figuras.....	i
Índice de tablas	iii
Introducción.....	iv
Antecedentes.....	v
Justificación	vii
Capítulo 1	1
Diagnóstico de Comunicación	
1.1 La Institución:.....	1
1.2. Perfil Institucional	1
1.3. Ubicación geográfica:.....	1
1.4 Integración y Alianzas Estratégicas:.....	2
1.5 Origen e Historia:	2
1.6 Departamentos o dependencias de la institución:.....	3
1.7 Organigrama de la Municipalidad de Mixco.....	5
1.7.1 Organigrama de la Alcaldía Auxiliar de la zona 4 de Mixco.....	6
1.8 Misión:	7
1.9 Visión:	7
1.10 Objetivos institucionales:	7
1.11 Público Objetivo:.....	7
1.12 Diagnóstico.....	7

1.13	Objetivos del diagnóstico	8
1.14	Tipos de Investigación:.....	8
1.14.1	Investigación descriptiva	9
1.14.2	Investigación experimental.....	9
1.14.3	Investigación histórica y documental	9
1.14.4	Investigación explicativa	9
1.14.5	Investigación por observación.....	10
1.15	Enfoque.....	10
1.15.1	Tipos de Enfoque:.....	10
1.16.	Técnicas de Recolección de datos	11
1.16.1	Observación.....	11
1.16.1.1	Tipos de Observación.....	12
1.16.1.2	Lo observado en la Alcaldía Auxiliar de la zona 4 de Mixco.	14
1.16.2	Documentación.....	18
1.16.3	Entrevistas de profundidad.....	18
1.16.4	Encuestas	19
1.17	Interpretación de Resultados (Gráficas)	22
1.18	FODA	32
1.19	Problemas Detectados.....	34
1.20	Planteamiento del problema comunicacional	35
1.21	Indicadores de Éxito.....	35

1.22 Proyecto a desarrollar	35
Capítulo 2	36
Plan estratégico de Comunicación	
2.1 Plan de comunicación.....	36
2.2 Misión del plan.....	36
2.3 Visión del plan.....	37
2.4 Elementos comunicacionales.....	37
2.5 Alcances y límites de la Estrategia.....	42
2.6 Metodología para la aplicación de la Estrategia Comunicación.....	42
2.6.1 Objetivos de Plan.....	43
2.6.2 Acciones para conseguir los objetivos.....	43
2.6.3 Los indicadores para medir su cumplimiento.....	44
2.6.4 Los Instrumentos	47
2.6.5 Actividades para la Operatividad de la Estrategia.....	47
2.6.5.1 Propuesta 1: Cronograma aplicación <i>Trello</i>	47
2.6.5.2 Propuesta 2: Elaboración de manual para manejo de redes sociales	47
2.6.5.3 Propuesta 3: Cápsulas de video.....	48
2.6.5.4 Propuesta 4: Post para redes sociales <i>Facebook</i>	48
2.6.5.5 Propuesta 5: Capacitación.....	48
2.7. Financiamiento	48
2.8. Presupuesto.....	48
2.9. Beneficiarios.....	49

2.10. Recursos Humanos	50
2.11. Áreas Geográficas de Acción	50
2.12. Cuadro Comparativo de Estrategias	51
2.13 .Cronograma del Plan de Comunicación	53
Capítulo 3	55
Ejecución de la Estrategia	
3. Informe de la ejecución	
3.1 Ejecución 1: Realización de Calendario de Publicaciones y Actividades por medio de la aplicación <i>Trello</i>	55
3.2 Ejecución 2: Post para <i>Facebook</i>	56
3.3 Ejecución 3: Cápsulas de Videos.....	57
3.4 Ejecución 4: Manual para redes sociales.....	58
3.5 Ejecución 5: Capacitación	59
3.4 Actividades y calendarización:.....	60
Conclusiones.....	62
Recomendaciones	63
Referencias	64
E-grafias.....	65
ANEXOS	67

Índice de Figuras

Figura 1 Ubicación actual de la Alcaldía Auxiliar de la zona 4 de Mixco.....	1
Figura 2 Organigrama de 1: Municipalidad de Mixco.....	5
Figura 3 Organigrama 2: Alcaldía Auxiliar zona 4 de Mixco.....	6
Figura 4 Laboratorio Móvil.....	17
Figura 5 Panel de Cobro.....	17
Figura 6 ¿Conoce el trabajo de la Alcaldía Auxiliar de la zona 4 de Mixco?.....	22
Figura 7 ¿Cómo se informa del trabajo que hace la Alcaldía Auxiliar de la zona 4 de Mixco?.....	23
Figura 8 ¿Sabe si la alcaldía tiene programas educativos que imparten al vecino?.....	24
Figura 9 ¿Participa en las actividades para vecinos que la Alcaldía Auxiliar realiza?.....	25
Figura 10 ¿Porque medio se entera de las actividades de la Alcaldía Auxiliar?.....	26
Figura 11 ¿Cuál es la razón de que no participa en las actividades que realiza la Alcaldía Auxiliar para el vecino?.....	27
Figura 12 ¿Sabe que puede realizar trámites y pagos en la alcaldía?	28
Figura 13 ¿Sobre qué tema le gustaría recibir información.....	29

Figura 14 ¿Sabe el número de <i>WhatsApp</i> d la Alcaldía Auxiliar?	30
Figura 15 ¿Qué medio de comunicación usa para informarse o enterarse?.....	31
Figura 16 Post de Plaza del Sabor y promoción de cursos.....	56
Figura 17 Comprobación de material cápsula de video.....	57
Figura 18 Entrega de Manual para redes sociales.....	58
Figura 19 Capacitación grabada.....	59

Índice de Tablas

Tabla 1 Cuadro de Observación	14
Tabla 2 Cuadro de Observación	15
Tabla 3 Cuadro de Observación	16
Tabla 4 Formula Finita	20
Tabla 5 FODA.....	33
Tabla 6 Indicadores	44
Tabla 7 Indicadores.....	45
Tabla 8 Indicadores.....	46
Tabla 9 Instrumentos	47
Tabla 10 Presupuesto.....	49
Tabla 11 Recursos Humanos	50
Tabla 12 Cuadro Comparativo de Estrategias	51
Tabla 13 Cuadro Comparativo de Estrategias.....	52
Tabla 14 Cuadro Comparativo de Estrategias.....	52
Tabla 15 Cronograma de Plan.....	52
Tabla 16 Cronograma de Plan.....	53
Tabla 17 Cronograma de Plan.....	53
Tabla 18 Cronograma de Actividades.....	60
Tabla 19 Cronograma de Actividades.....	60
Tabla 20 Cronograma de Actividades.....	60
Tabla 21 Cronograma de Actividades.....	61

Introducción

El presente documento es un diagnóstico comunicacional efectuado en la Alcaldía Auxiliar de la zona 4 de Mixco. Tomando en cuenta la emergencia sanitaria de Covid 19, se evidenció la necesidad de activar más el uso de las redes sociales en el sector privado y público, como las instituciones del Estado.

La Alcaldía Auxiliar de la zona 4 del municipio de Mixco es una institución pública, que se fundó para satisfacer las necesidades de los vecinos, una de sus principales funciones, se esfuerza en cumplir y buscan diferentes formas de comunicación para interactuar e informar de mejor manera al vecino, para que este se interese por su Alcaldía Auxiliar.

En la primera parte del diagnóstico comunicacional, al aplicar técnicas de observación, encuestas y entrevistas, se demostró la necesidad de agilizar el uso y manejo de las redes sociales; con el Covid 19, la vida tuvo un cambio drástico, los llevó a trabajar y estudiar desde casa, utilizando las plataformas virtuales.

En la segunda parte, se implementó la estrategia de comunicación al evidenciar los beneficios del uso y manejo de redes sociales, como *WhatsApp*, *Facebook*, *Instagram*, se les recomendó la aplicación de diferentes herramientas para maximizar su trabajo y mantenerse comunicado con el vecino.

Culminando con recomendar estrategias para interactuar con el vecino, entre las cuales podemos mencionar que principien con la creación de las aplicaciones de *Instagram* y *WhatsApp*, siendo estas dos importantes en las redes social, ya que cada día hay más personas interactuando o informándose en estas aplicaciones.

Antecedentes

Para entender qué es una Alcaldía Auxiliar hay que comprender quién es el Alcalde Auxiliar, un funcionario público con mayor cargo de autoridad en ella. Las Alcaldías auxiliares se crearon para que el vecino haga cualquier trámite de gestión y pago, antes solo funcionaban como centro de pago; ahora hay una en cada zona del municipio de Mixco.

Según Código Municipal entre las funciones de un Alcalde Auxiliar es, servir a la comunidad, organizar, y hacer partícipe al vecino para que, entre ambos, propongan mejoras y tener una convivencia agradable entre los habitantes, con comunicación efectiva con las alcaldías. (Código Municipal artículo 58), es por eso que el Alcalde debe tener diferentes canales de comunicación efectivos que le permitan la interacción con ellos.

El alcalde debe buscar canales de comunicación variados. Por la emergencia sanitaria Covid 19, las personas cambiaron sus centros de oficinas y estudio, por la casa, esto le dio crecimiento al *internet*, porque después de pasar 4 horas conectados en su teléfono, ahora necesitan cubrir su horario laboral o estudiantil durante 6 horas o más.

A través de *internet*, se conocieron diversas plataformas para navegar por diferentes razones, como estar mejor informados, por pasatiempo, educación, vender algún producto o un trabajo virtual, que les ayude con la economía del hogar; las empresas se adaptaron para promocionar sus marcas con un cambio de estrategias de comunicación, para conectar con su público objetivo.

Según el octavo estudio de la empresa especializada en redes sociales *Ilifebelt.Engagement* República 2020, las marcas no aprovechan al máximo el potencial que ofrecen las plataformas digitales y los esfuerzos que emprenden se diluyen sin conectar con su cliente potencial (Prensa Libre, 2019).

Las empresas con una *fan page* en *Facebook* crean contenidos muy bien estructurados para llamar la atención y captar con facilidad la atención del usuario, para que su navegación sea

placentera; junto a ésta, crece el interés por la aplicación de *Instagram* y *WhatsApp*. (Ver anexos).

Según tesis de Figueroa (2007) concluye que es muy importante que las autoridades se actualicen en el uso de los canales de comunicación actuales, para que los vecinos estén informados de los proyectos, actividades, cursos, mejoras, pagos, otros, para resolver los problemas de su zona.

Justificación

El siguiente estudio se realizó con el fin de evaluar los canales de comunicación que utiliza la Alcaldía Auxiliar de la zona 4 con los vecinos, dicha institución está exclusivamente al servicio de los pobladores de este sector, ya que cada zona de Mixco cuenta con una Alcaldía Auxiliar teniendo ellos que ver la forma de tener una buena interacción que promueva un acercamiento con más familiaridad para mantener una comunicación efectiva entre la Municipalidad y su población.

Con este diagnóstico comunicacional se detectó que, por el Covid 19, la necesidad de activar más la comunicación por las redes sociales se volvió indispensables para la sociedad, por el cambio de actividades, se utiliza más el *internet* como opción de consulta, las empresas se adaptaron a los medios de comunicación digitales, para estar a la vanguardia, uno de sus principales objetivos.

Con esta investigación se beneficiará a los colaboradores de la Alcaldía Auxiliar, para que puedan enriquecer sus conocimientos, en como poder mejorar su logística de atención al vecino siguiendo las directrices de la Municipalidad de Mixco, utilizar los medios de comunicación idóneos para comunicarse con la comunidad, donde las redes sociales asumen un lugar primordial para alcanzar a la mayoría que hace uso de ellas, que gestionen con más facilidad y en menor tiempo una respuesta para el vecino creando impacto social y una buena comunicación.

A los vecinos de la zona 4 de Mixco, para que estén mejor informados de las actividades, cursos, información general en la alcaldía y a los futuros estudiantes que aborden problemas municipales y que estudien alguna carrera de legislación de las municipalidades del país.

Otros que saldrá beneficiado son las generaciones *Z* y *millennials*, grupo con el que es importante tener acercamiento porque son los que más utilizan la tecnología y medios diferentes a los tradicionales, para que repliquen la información en su familia o con sus amigos.



Capítulo 1

Diagnóstico de Comunicación

1.1 La Institución:

Alcaldía Auxiliar de la zona 4 de Mixco.

1.2. Perfil Institucional

Institución pública dedicada al servicio del vecino, lugar donde se hacen trámites o gestiones municipales, pagos, para satisfacer las necesidades del sector.

1.3. Ubicación geográfica:

Las oficinas de la Alcaldía Auxiliar de Mixco se ubican en la 2ª avenida 5-80 Monserrat II, zona 4 de Mixco. (Zona que aglomera a 40,000.00 vecinos, de las clases sociales baja, media, alta, colinda con las zonas 11 y 5 de Mixco, con población ladina), según lo observado.

Figura 1



Fuente: Google Maps (Ubicación actual de las oficinas de la Alcaldía Auxiliar de la zona 4 de Mixco)



1.4 Integración y Alianzas Estratégicas:

Ministerio de Finanzas Públicas

Con el presupuesto nacional asignado a la Municipalidad de Mixco, destinan un rubro a los programas para los vecinos, como SOSEA (Secretaría de Obras Sociales de la Esposa del alcalde), DMM (Dirección Municipal de la Mujer), POT (Plan de Ordenamiento Territorial), enfocados al bienestar y a la buena convivencia de los vecinos. (Valdez, comunicación personal, 2021).

Existen empresas del sector apoyan con patrocinios a eventos o actividades municipales, a cambio de imagen y mención, con campañas de promoción, cuentan con el apoyo de la USAID, para dar seguimiento a sus proyectos. (Valdez, comunicación personal, 2021).

1.5 Origen e Historia:

La historia de Mixco se remonta a la época precolombina, donde una población de cakchiqueles habitó en una fortaleza conocida como Mixco Viejo. Luego los pocomames la obtuvieron y conservaron como santuario. En 1525, Pedro de Alvarado acompañado por tlascaltecas y su caballería la ataca, derrota a sus habitantes, quienes se dispersaron; gran parte de ellos se asentaron, en 1526, con una conquista pacífica iniciada, en el lugar que ocupa la cabecera municipal. En aquel entonces, se le llamó Santo Domingo de Mixco, en honor a Santo Domingo de Guzmán.

En la época colonial, la mayoría de los municipios dependían de una alcaldía mayor. “La Municipalidad de Mixco dependía de la alcaldía mayor de Sacatepéquez. Con el Gobierno del General Justo Rufino Barrios y del Licenciado Miguel García Granados, todas las Municipalidades de Guatemala ganaron la autonomía en la firma del acta de Patzicía de 1877. Según Acuerdo Gubernativo número 524-99 del 14 de julio de 1999 se eleva a categoría de ciudad, el lugar denominado villa de Mixco, municipio de Mixco, departamento de Guatemala.



Al ser elegido alcalde Ernesto Bran, en 2016, se planteó como eje de trabajo, la desconcentración de las acciones y actividades de la Municipal Central, a través de las alcaldías auxiliares, con una Alcaldía Auxiliar por zona; en los lugares más poblados, dos; como la zona 6, (norte y sur), la zona 11 (Lo de Fuentes y Minervas).

Mixco un municipio dividido en 11 zonas, tiene 13 alcaldías auxiliares, se nombró al Arquitecto Héctor Valdez como coordinador de las alcaldías auxiliares de la zona 4 y 11, quien es el encargado de generar montajes, estrategias de atención al vecino, establecer relaciones de trabajo con las unidades internas de la Municipalidad

Las alcaldías se ampliaron para efectuar pagos y otro tipo de gestiones para facilitare al vecino a pagar sus servicios en cada zona y no tener que trasladarse hasta la municipalidad central de Mixco. Una de las funciones del Alcalde Auxiliar es tener una relación empática, satisfacer las necesidades de su zona.

1.6 Departamentos o dependencias de la institución:

En la Alcaldía Auxiliar no hay departamentos administrativos, todo se concentra en la Municipalidad central de Mixco, quienes determinan la contratación y el cargo que le van a dar a cada persona según las necesidades de la plaza vacante.

Se coordinan por cargos, los cuales son: Alcalde Auxiliar, Coordinador de la alcaldía, enlaces, que pertenecen a la Dirección de Desarrollo Social de la Municipalidad de Mixco, aunque están al servicio del alcalde auxiliar y su función es reportar los problemas no importando el grado de dificultad.

Departamento Gerencial

En este departamento se encuentra como principal cargo el Alcalde Auxiliar de la zona 4 de Mixco, secretarías gerenciales, encargado de la página de *Facebook*, siendo aquí dónde estaría el Estudiantes de Eps de licenciatura en ciencias de la comunicación, como desarrollador de estrategias de comunicación, para poder implementar y generar una comunicación efectiva entre la Alcaldía Auxiliar con el vecino.



Departamento de Enlaces

Son los encargados de atender los problemas de los vecinos, cuando llega un requerimiento ellos lo evalúan y lo designan al departamento correspondiente, dependiendo la gravedad que sea se lo comunican al Alcalde Auxiliar, para que él le dé seguimiento y lo envíe a la Municipalidad Central.

Departamento de Atención al vecino.

Son las personas que atienden al vecino de la zona 4 de Mixco, cuando estos llegan a realizar algún pago o trámite a la Alcaldía Auxiliar, dándole orientación información de los que ellos requieren.

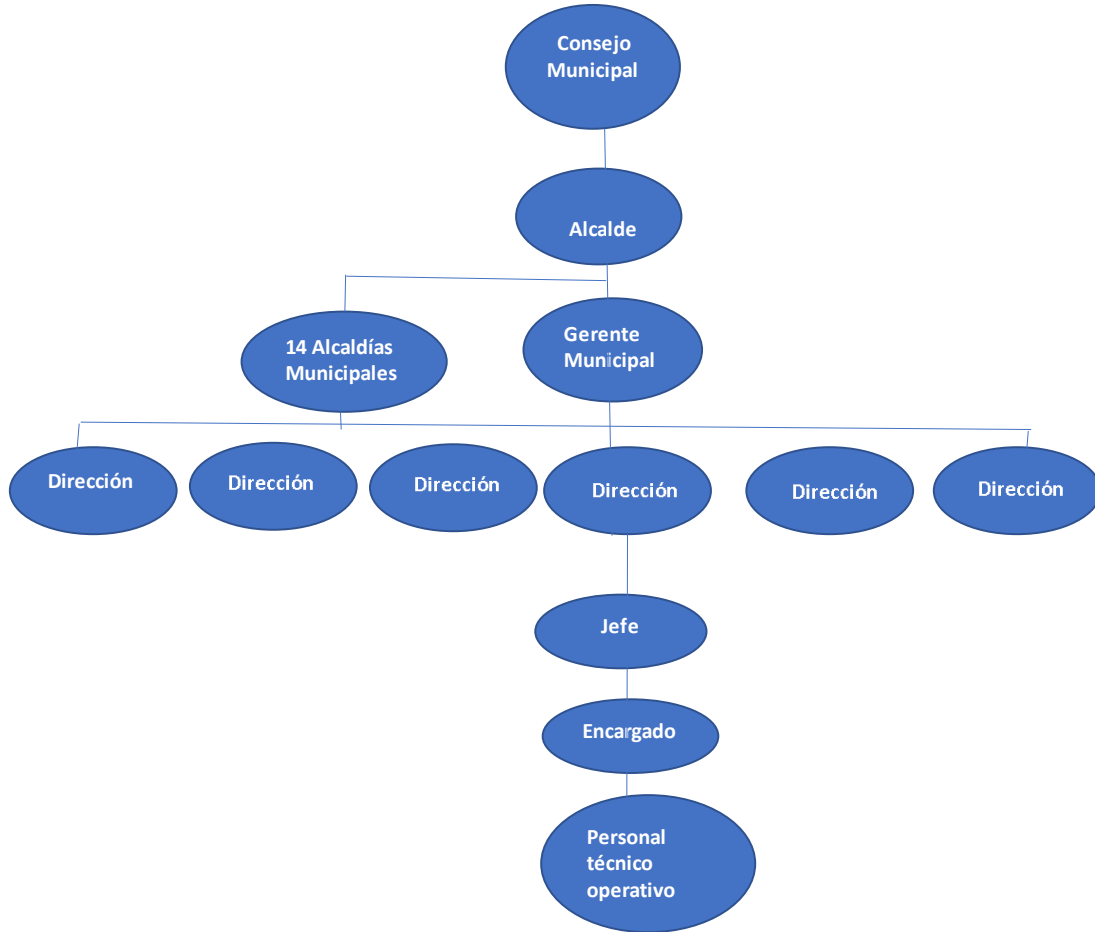
Departamento de Coordinación de cursos.

Son los encargados de coordinar los cursos que se imparten en la Alcaldía Auxiliar de la zona 4 de Mixco, atendiendo al vecino que posea alguna duda respecto a los cursos, o requisitos para optar a estos, dentro los cursos que imparten están.

- a) Curso de cocina
- b) Curso belleza
- c) Curso de bisutería
- d) Curso de repostería
- e) Curso de bordado y listón
- f) Curso de floristería
- g) Curso de manualidades



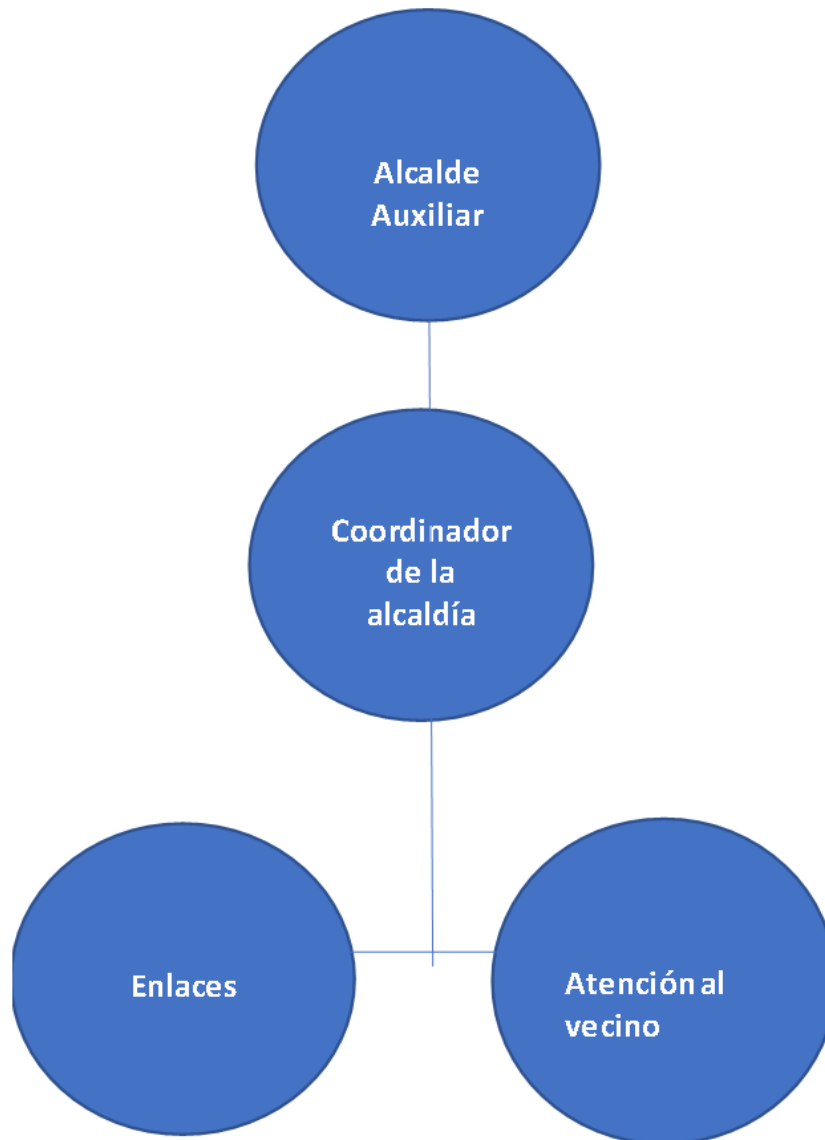
1.7 Figura 2 Organigrama 1: Municipalidad de Mixco



Fuente: (Valdez, 2021)



1.7.1 Figura 3 Organigrama 2: Alcaldía Auxiliar zona 4 de Mixco.



Fuente: (Valdez, 2021)



1.8 Misión:

“Somos un municipio seguro, con servicios públicos de calidad, que, con un desarrollo social, económico y ambiental sostenible, una infraestructura vial óptima y un ordenamiento territorial brinda una mejor calidad de vida a los vecinos de la Ciudad de Mixco, contando para ello con un personal calificado que en base a valores y principios administra con transparencia los recursos y los transforma en beneficios para la población Mixqueña”. Mixco, Municipalidad (2021)

1.9 Visión:

“Ser una Municipalidad que brinde servicios públicos eficientes para garantizar el desarrollo integral sostenible del municipio que permita una mejora de la calidad de vida y un bienestar integral a la población Mixqueña”. Mixco, Municipalidad (2021)

1.10 Objetivos institucionales:

“Satisfacer las necesidades de los vecinos Mixqueños para gozar de una mejor calidad de vida”. (Mixco, Municipalidad (2021)

1.11 Público Objetivo:

Alcalde Auxiliar

Auxiliar de Alcaldía

Encargado de manejar la página de *Facebook*

1.12 Diagnóstico

Según Lemus (2000), diagnóstico consiste “en investigar la realidad de un problema determinado tanto su naturaleza y magnitud como las causas y consecuencias de éste.” (Pág. 52), recopila información real con diferentes métodos y técnicas de investigación, para dar un informe real al interesado, con posibles soluciones a los problemas detectados.



Con la realización de este diagnóstico se estará apoyando a la Alcaldía Auxiliar de la zona 4 de Mixco, para poder satisfacer las necesidades de los vecinos ayudando a mejorar su calidad de vida, cumpliendo con los objetivos institucionales de la Municipalidad.

1.13 Objetivos del diagnóstico

Objetivo General

Diagnosticar la comunicación externa de la Alcaldía Auxiliar de la zona 4 de Mixco.

Objetivos específicos del diagnóstico

- Evaluar los canales de la comunicación que se utilizan en la Alcaldía Auxiliar de la zona 4 de Mixco
- Analizar los procesos de comunicación en la Alcaldía Auxiliar de la zona 4 de Mixco
- Identificar las debilidades de comunicación de la Alcaldía Auxiliar de la zona 4 de Mixco

1.14 Tipos de Investigación:

Desde el punto de vista de Zubiri (1983,) investigación es “investigar con realidad, en un tiempo determinado, basándonos en diferentes clases de Investigación que nos ayudan a tener un criterio amplio de la realidad”.

Los tipos de investigación se dividen en.

- a) Investigación descriptiva
- b) Investigación experimental
- c) Investigación histórica y documental
- d) Investigación explicativa
- e) Investigación por observación



En este diagnóstico se utilizó la investigación descriptiva, con base a los datos proporcionados y los antecedentes históricos, de proyectos y manuales en conjunto, se logró una investigación de profundidad, para dar a conocer resultados que descubran las oportunidades y limitaciones de la institución.

1.14.1 Investigación descriptiva

Desde el punto de vista de Lemus (2000) expresa “simplemente lo que existe. Es describir el problema con base en la información que lo rodea.” Pág. 39. Utiliza la descripción de los acontecimientos a investigar, no se altera ni modifica el contenido, se debe tener buen juicio para una investigación a fondo con resultados satisfactorios.

1.14.2 Investigación experimental

En la opinión de Achaerandio (1996) es una “descripción y análisis de lo que en el futuro sucederá, si se verifican ciertas condiciones bien controladas. El investigador manipula una o varias variables independientes en condiciones rigurosas de control prediciendo lo que pasará en una o varias variables dependientes” p156. Esta técnica da la oportunidad de dar otro enfoque a la investigación para obtener un trabajo exitoso.

1.14.3 Investigación histórica y documental

A juicio de Achaerandio (1,985) expresa que se debe “formular la hipótesis, que es la explicación del método científico a los problemas históricos” pág. 48. Se recopilar información sobre un tema determinado, para investigaciones documentales, bibliográficas, hemerográficas, escritas, audiográficas, videográficas e iconográficas.

1.14.4 Investigación explicativa

Tiendo en cuenta a Muriel (1980) explica el “porqué y el cómo del problema, hay tres puntos que se persigue en la detección de los factores determinantes que dan origen al problema, las causas y circunstancias que tienen relación con el problema”) pág. 109. Esta investigación comprueba las situaciones o factores.



1.14.5 Investigación por observación

Con base a Achaerandio, (1985) “es la investigación que recoge los datos de forma directa, por técnicas adecuadas y no hay manipulación de variables” pág. 51. Entre las técnicas están: Observación, encuesta, cuestionario, entrevista, sicodrama, sociograma, otros, que son una ayuda eficiente para los investigadores porque la información es de primera mano.

1.15 Enfoque

En la opinión de Yanez (2020) enfoque es “como el investigador se aproxima al objeto de estudio, es la perspectiva desde la cual aborda el tema que variará dependiendo el tipo de resultados que espera encontrar.” (pág. 1) Dependiendo de la investigación el investigador seleccionara las diferentes técnicas que sean más acordes a los resultados que desea esperar.

Para esta investigación se aplicó el enfoque mixto, ya las encuestas proporcionaron datos relevantes y las entrevistas reflejaron las necesidades y problemas de la Alcaldía Auxiliar de la zona 4 de Mixco y las necesidades del vecino.

1.15.1 Tipos de Enfoque:

Los tipos de enfoque son:

a) Enfoque Cuantitativo

Como dice Yanez (2020) es “las hipótesis del investigador se someten a mediciones numéricas y sus resultados se analizan de forma estadística” (pág. 4) es decir aquí nos ayuda los números ya que con ellos podemos comparar los resultados, y llegar a un análisis de interpretación con una facilidad más rápido y con un margen de error mínima.

b) Enfoque cualitativo

Teniendo en cuenta a Yanez (2020), indica que los “Permite alcanzar un análisis sistemático de información más subjetiva, a partir de ideas y opiniones de un determinado asunto” (pág.3). Con este enfoque podemos tener información personalizada del estudio empleando la observación, la palabra hablada, buscar opiniones para tener respuestas seguras sobre determinado tema.



c)Enfoque Mixto.

Empleando las palabras de Sampiere (2008), nos “indica que estos son un conjunto de elementos sistemáticos, empíricos y críticos, de investigación e implican la recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos, así como su integración y discusión conjunta. Para lograr un mejor entendimiento” (pág. 506), y así tener una combinación para tener una información y orientación más acertada del proyecto.

1.16. Técnicas de Recolección de datos

Dicho con palabras de Rodríguez, 2010, “son los medios empleados para recolectar información, que debe reunir aspectos relacionado con su obtención, análisis y presentación.” (pág. 210). Si se desea hacer una buena investigación, se aplican las técnicas con buen funcionamiento.

Como expresa Castro (2003) los instrumentos de recolección de datos son “los medios materiales por los cuales se obtiene y archiva la información requerida, existen diferentes técnicas, como la observación, encuestas, cuestionarios, entrevistas, sondeos.” (p45). Estas proporcionan una fuente confiable porque se va directo a lo que se desea a investigar.

En este diagnóstico comunicacional se utilizaron dos técnicas de recolección, que permitieron recabar la información; los instrumentos de recolección proporcionaron información de primeras fuentes.

1.16.1 Observación

Se puede decir que la “observación es un método dónde evaluamos varios objetos para relacionarlos entre sí y poder investigar mediante procedimientos, utilizando nuestros sentidos para captar información relevante llegando a alguna conclusión o hipótesis. (Berthe 2021).

Para este diagnóstico se aplicó la observación directa por la oportunidad de estar en el lugar, evaluar las condiciones y las necesidades de la institución, del recurso humano, para tener una visión clara de la comunión interna y externa, qué factores mejorar.



1.16.1.1 Tipos de Observación

a) Observación directa

Según Mérida (2020), es la técnica que inspecciona de forma directa, el medio en que se presenta” (pág. 65). Ayuda al investigador a tener información propia sin terceras personas, que maneja, interpreta, analiza, según su criterio y experiencia.

b) Observación indirecta

Según Mérida (2020) es la “inspección de un fenómeno sin entrar en contacto directo con él, sino por métodos específicos que permitan hacer observaciones pertinentes de sus características y comportamientos” (p65). Es una guía que indica los pasos a seguir.

c) Observación oculta

Mérida (2020), expresa que es la que “inspecciona, sin que la presencia del investigador influya ni varíe la conducta ni características propias del objeto en estudio” (p65). Se hace con actividades para ver el comportamiento de lo que se investiga, es necesario no activar su entorno, para que la investigación no interfiera en nada.

d) Observación de campo.

Desde el punto de vista de Berthe (párr 4), “es la que se hace en el lugar donde está el fenómeno que se quiera investigar, y no en el laboratorio,” por lo tanto, cuesta determinar algunas variables que nos pueda ayudar a dar algún criterio determinado.

e) Observación de laboratorio

Como afirma Berthe (párr 5), “es la que se hace en el laboratorio llevándonos a los procesos experimentales, dándonos conclusiones certeras”, ya que se abstrae del entorno del objeto a investigar y nos puede dar diferentes variables que lo afectan.



f) Observación científica

Con base a la explicación de Berthe (párr 6), “esta parte de un proceso de investigación formal que permite llegar a una conclusión formal.”

g) Observación grupal

Como dice Berthe (párr 7), “es la que hacen varias personas estando en el mismo lugar y opinando del mismo objeto,” los científicos utilizan esta observación para agrandar su perspectiva de visión.



1.16.1.2 Lo observado en la Alcaldía Auxiliar de la zona 4 de Mixco.

Tabla 1

Observado	SI	NO	Comentarios
Hay parqueo para el vecino	X		El parqueo se ubica enfrente y es amplio
Tiene sala de espera	X		Tiene dos salas de espera, una afuera con sombra y otra adentro
Cumple con las normas de Covid 19	X		Si aplican las normas de protocolo exigidas por el Ministerio de Salud
Hay cartelera informativa para el vecino	X		Adentro hay una cartelera formal y por fuera, utilizan las paredes de la Alcaldía
Las oficinas son de acuerdo con el personal	X		Los espacios son reducidos, pero están bien organizados.
Usan uniforme	X		Los distingue un chaleco con el logo.
Tienen espacio para efectuar sus cursos	X		Los espacios son pequeños, pero tienen los implementos necesarios.
Poseen equipo de cómputo	X		Solo las secretarias
El mobiliario es adecuado	X		Todos tienen su silla y escritorio
Usan gafete para identificarse	X		Lo utilizan dentro de la oficina y afuera
Hay sala de reuniones	X		Aunque pequeñas están equipadas
Tienen internet en las oficinas	X		
Hay línea telefónica	X		

Fuente: Elaboración propia



Tabla 2

Observado	SI	NO	Comentarios
Hay un correo institucional para el vecino		X	
Tiene página Web		X	Utilizan la de la Municipalidad de Mixco
Tienen Facebook	X		La página si esta activa.
Tienen Instagram		X	
Tiene WhatsApp para el vecino		X	
Tiene fax	X		
Tiene Twitter		X	
Hay buzón de sugerencias		X	
Manual para contestar el teléfono		X	
Cuenta con personal para atender al vecino	X		
Tienen departamento de comunicación		X	El departamento de comunicación está en la Municipalidad de Mixco.
Utilizan WhatsApp interno con sus empleados	X		Lo utilizan para reuniones entre ellos o dar cualquier información.
Solo una persona maneja la página de la alcaldía	X		La persona tiene otras funciones dentro de la Alcaldía Auxiliar

Fuente: Elaboración propia.



Tabla 3

Observado	SI	NO	Comentarios
La persona que maneja la página de Facebook tiene conocimiento del su uso y manejo	X		Le dan capacitación al inicio y después se guía las instrucciones del departamento de comunicación de la Municipalidad de Mixco.
Les dan seguimiento a los comentarios de las personas en la página de Facebook		X	Muy raras veces
Tienen contratado un diseñador gráfico		X	
Utilizan otros medios de comunicación	X		Volantes y Afiches.
Tienen medios de comunicación propios		X	
Tienen definido a su grupo objetivo	X		
Poseen guía para elaborar anuncios	X		Utilizan el de la Municipalidad de Mixco.
Tienen guía para actividades que generen un tráfico orgánico a la página de Facebook		X	Dependiendo la necesidad de las actividades, las van realizando.

Fuente: Elaboración propia

Adicional se observó que:

- a) Ofrecen variedad de cursos sin costo
- b) Por el Covid 19, crearon clases en línea
- c) Cuentan con un laboratorio móvil
- d) Cuando no hay sistema utilizan una panel para cobros y así no desatender al vecino



Figura 4 Laboratorio móvil



Fuente: Elaboración propia.

Figura 5 Panel de cobro



Fuente: Elaboración propia



1.16.2 Documentación

Página *Web* de la Municipalidad Central

- 1 Tesis Módulo Mi municipio y mi responsabilidad ciudadana Alcaldía Auxiliar zona 4 de Mixco
- 2 Código Municipal, Capítulo IV, Alcaldías Indígenas, Alcaldías Comunitarias o Alcaldías Auxiliares.
- 3 USAID, “Comprometida con el avance en el camino a la autosuficiencia de Guatemala, nos asociamos con personas, comunidades e instituciones para crear oportunidades para que las poblaciones desatendidas logren una vida próspera, segura y digna sin recurrir a la migración irregular”.

1.16.3 Entrevistas de profundidad

Taylor y Bogan (1984) entienden la entrevista como un conjunto de reiterados encuentros, cara a cara entre el entrevistador y sus informantes, dirigidos hacia la comprensión de las perspectivas que los informantes tienen respecto a sus vidas, experiencias o situaciones.

Para este trabajo, se efectuaron tres entrevistas de profundidad, una con el arquitecto Héctor Valdez, Alcalde Auxiliar de la zona 4 de Mixco, Javier Valdez encargado de las donaciones de la Alcaldía Auxiliar y José Luis Rodríguez, responsable de manejar la página de *Facebook*.

Primera Entrevista: Arquitecto Valdez

El arquitecto Valdez, indicó que la principal debilidad es no tener un departamento de Comunicación social en la Alcaldía Auxiliar, porque todo se concentra en la municipalidad de Mixco, con protocolos para recibir solicitudes de las alcaldías, más las necesidades de la municipalidad de Mixco

Segunda Entrevista: Javier Valdez

Javier Valdez, quien trabajó en la municipalidad de Mixco, en el departamento de Comunicación, indica, que cuando el departamento recibe una solicitud de arte de otra alcaldía, lo programan



según un calendario propio; muchas veces, los alcaldes auxiliares no pueden esperar tanto, porque necesitan subirlo a las redes, imprimir volantes o mantas, lo antes posible.

Considera importante la página de *Facebook*, porque para la alcaldía es vital mantener comunicación con el vecino. Explica que la persona encargada de la página tiene otras funciones en la institución; cree que si no dan seguimiento a las quejas pierden seguidores, en vez de ganarlos

Tercera entrevista: José Luis Rodríguez

Encargado de administrar la página de *Facebook* de la alcaldía auxiliar, comenta que él recibió capacitación para postear las publicaciones, por dos formas de pautar, una por instrucciones de la Municipalidad Central, cuando son temas generales y la otra cuando son cursos o información específica que las publica, según las instrucciones del Alcalde Auxiliar.

Una es no postear más de cuatro fotografías por publicación, textos cortos y directos, fotografías que hablen por sí solas, no les da seguimiento a los reclamos en *Facebook* y en temas generales, solo *postea* lo que le envía la Municipalidad Central, tienen otras atribuciones dentro de la Alcaldía Auxiliar.

1.16.4 Encuestas

Campos (2002) indica que la encuesta “permite obtener datos de modo rápido y eficaz utilizando un conjunto de procedimientos que analiza de una muestra de casos representativa de una población”, utilizando la observación indirecta, pero no siempre los datos que obtenemos son los de la realidad.

Para la realización de las encuestas el tipo de observación que se trabajó fue directa. Debido a que la población de la zona 4 de Mixco es de 40,000 habitantes su utilizó la fórmula finita para sacar el muestreo a encuestar siendo este, 381 personas aproximadamente, por lo cual se realizó una encuesta virtual en el formato *Form* de *Google* posteándola en las páginas de vecinos



de Mixco, encuestando a peatones del lugar, para así conocer cómo está la comunicación de la alcaldía con los vecinos del sector.

Población o Universo

Teniendo en cuenta a Toledo (2016) nos dice que la población de una investigación “está compuesta por todos los elementos (personas, objetos, organismos, historias clínicas que participan del fenómeno que fue definido, y delimitado en el análisis del problema de la investigación” (pág. 1). Por lo que la población se puede medir, cuantificar y estudiar, en este caso la población sería de 40,000.00 personas que residen en la zona 4 de Mixco.

Formula finita:

Cómo dice Toledo (2016), “habiendo dos tipos de población las cuales son finita e infinita, siendo la formula finita la que es más accesible en un proyecto de investigación” (pág3), siendo esta la que se utilizó para esos estudio ya que se agrupo ciertas personas con la misma característica para obtener resultados de acuerdo a lo encuestado.

Muestra

A juicio de Toledo (2016), muestra “es una parte de la población, que puede ser definida como un subgrupo de la población o universo, para seleccionar la muestra primero deben de delimitarse las características de la población” (pág. 4), siendo la muestra para esta investigación de 381 vecinos de la zona 4 de Mixco.

Formula.

$$n=(Z^2pqN)/(Ne^2 + Z^2pq)$$

n: Es la muestra

N: población

Z: Nivel de Confianza (90% - 95%)

e: Grado de error que puede haber en la muestra (5% - 10%)

p: probabilidad de ocurrencia (50%)

q: probabilidad de no ocurrencia (50%)



Tabla 4

ESTIMAR UNA PROPORCIÓN	
Total de la población (N)	40,000
(Si la población es infinita, dejar la casilla en blanco)	
Nivel de confianza o seguridad (1-α)	95%
Precisión (d)	5%
Proporción (valor aproximado del parámetro que queremos medir)	50%
(Si no tenemos dicha información $p=0.5$ que maximiza el tamaño muestral)	
TAMAÑO MUESTRAL (n)	381
EL TAMAÑO MUESTRAL AJUSTADO A PÉRDIDAS	
Proporción esperada de pérdidas (R)	15%
MUESTRA AJUSTADA A LAS PÉRDIDAS	448

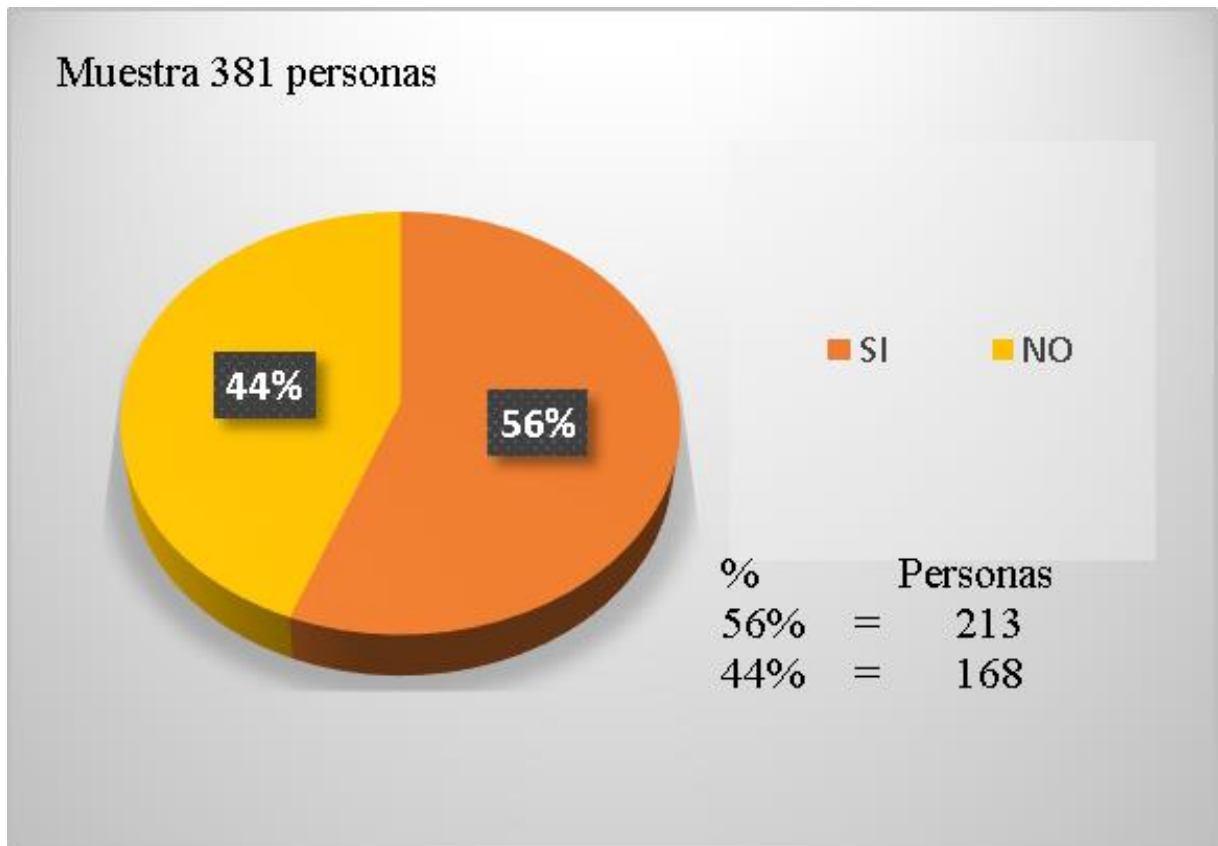
Fuente: Google



1.17 Interpretación de Resultados (Gráficas)

1)) ¿Conoce el trabajo de la Alcaldía Auxiliar de la zona 4 de Mixco?

Figura 6



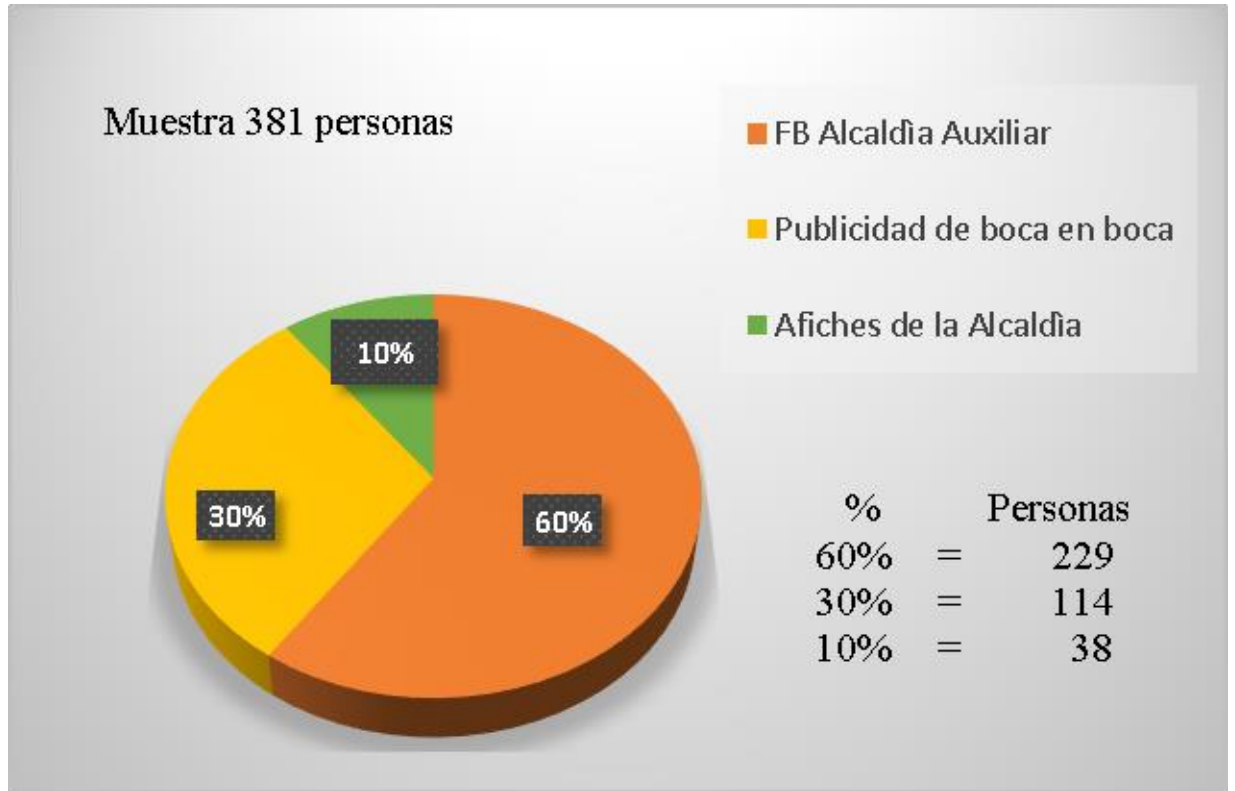
Fuente: Elaboración propia

La siguiente gráfica contiene respuestas de las personas encuestadas de una muestra total de trescientos ochenta y uno, de las cuales el cincuenta y seis por ciento, siendo estas doscientos trece personas, respondieron que sí conocen el trabajo que realiza la Alcaldía Auxiliar de la zona 4 de Mixco, mientras el otro cuarenta y cuatro por ciento, ciento sesenta y ocho personas, dijeron que no lo conocen.



2)¿Cómo se informa del trabajo que hace la Alcaldía Auxiliar de la zona 4 de Mixco?

Figura 7



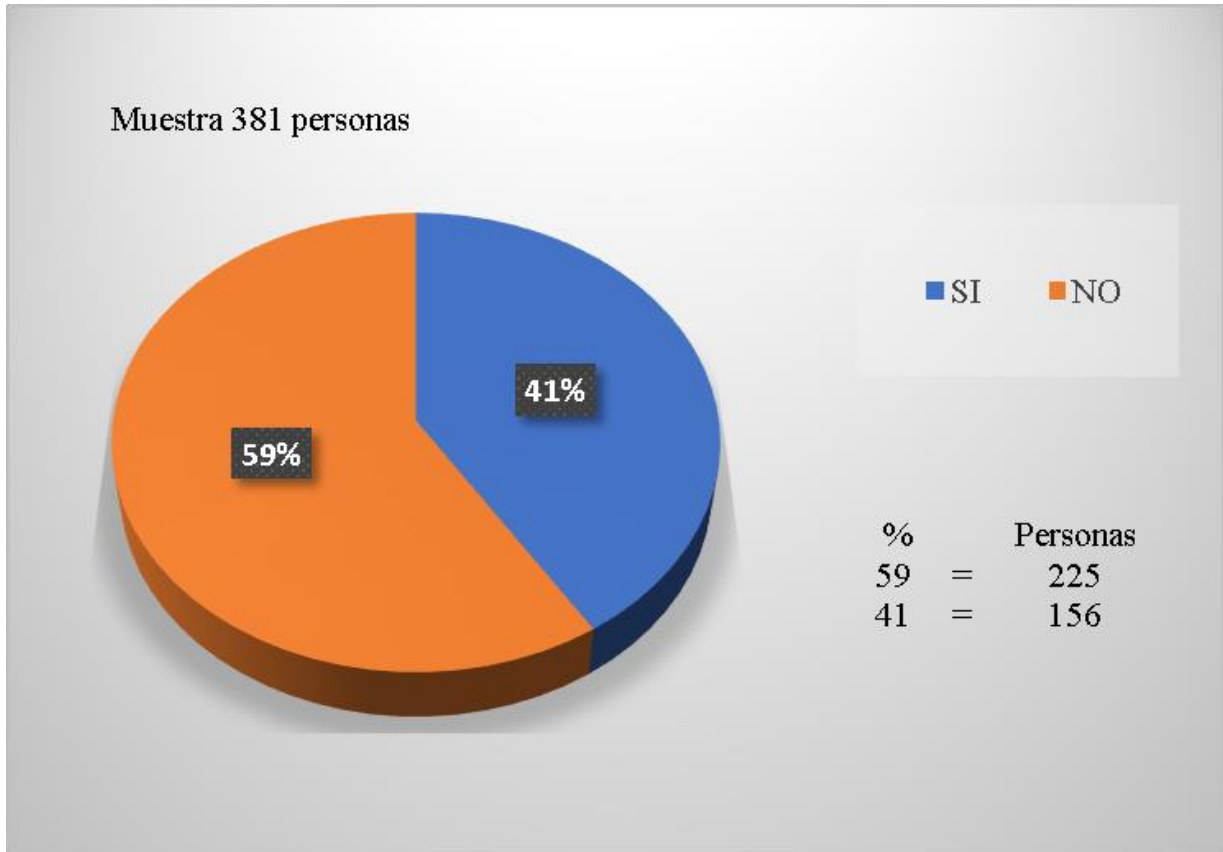
Fuente: Elaboración propia

En esta gráfica se observa que el porcentaje más alto de cómo se informa a los vecinos del trabajo de la Alcaldía Auxiliar de la zona cuatro de Mixco, es la página de *Facebook*, con el sesenta por ciento de la muestra de trescientos ochenta y uno, que corresponde a doscientas veintinueve personas encuestadas; con treinta por ciento siendo correspondiente a ciento catorce, respondieron que se enteran por medio de publicidad de boca en boca, que puede ser con los vecinos o con trabajadores de la misma alcaldía, finalizando con un diez por ciento siendo este treinta y ocho personas respondieron que con afiches, ya que estos se encuentran pegados en la pared de afuera de la alcaldía auxiliar de la zona 4 de Mixco.



3) ¿Sabe si la alcaldía tiene programas educativos que imparten al vecino?

Figura 8



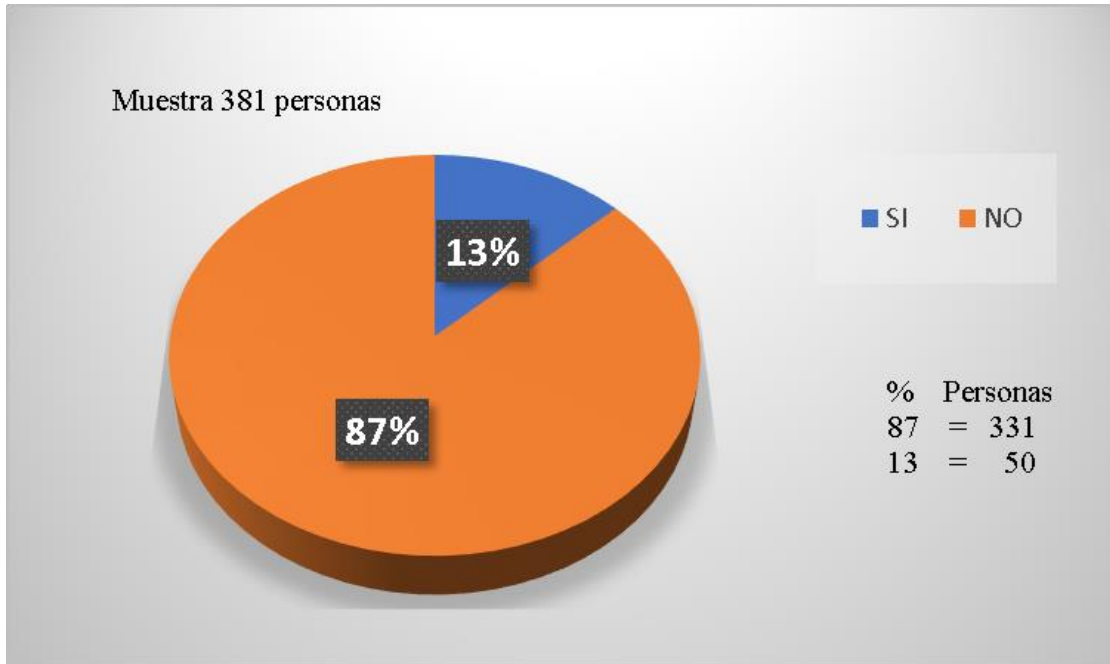
Fuente: Elaboración propia

En esta gráfica se investigó qué tan informados se encuentran los vecinos de los cursos que ofrece la Alcaldía Auxiliar, de las trecientas ochenta y una personas encuestadas respondieron, con un cincuenta y nueve por ciento siendo estas doscientas veinticinco personas, nos indican que no saben de los programas educativos que ofrece la alcaldía, mientras el cuarenta y un por ciento correspondiente a ciento cincuenta y seis personas indicaron que si están informados.



4) ¿Participa en las actividades para vecinos que la Alcaldía Auxiliar?

Figura 9



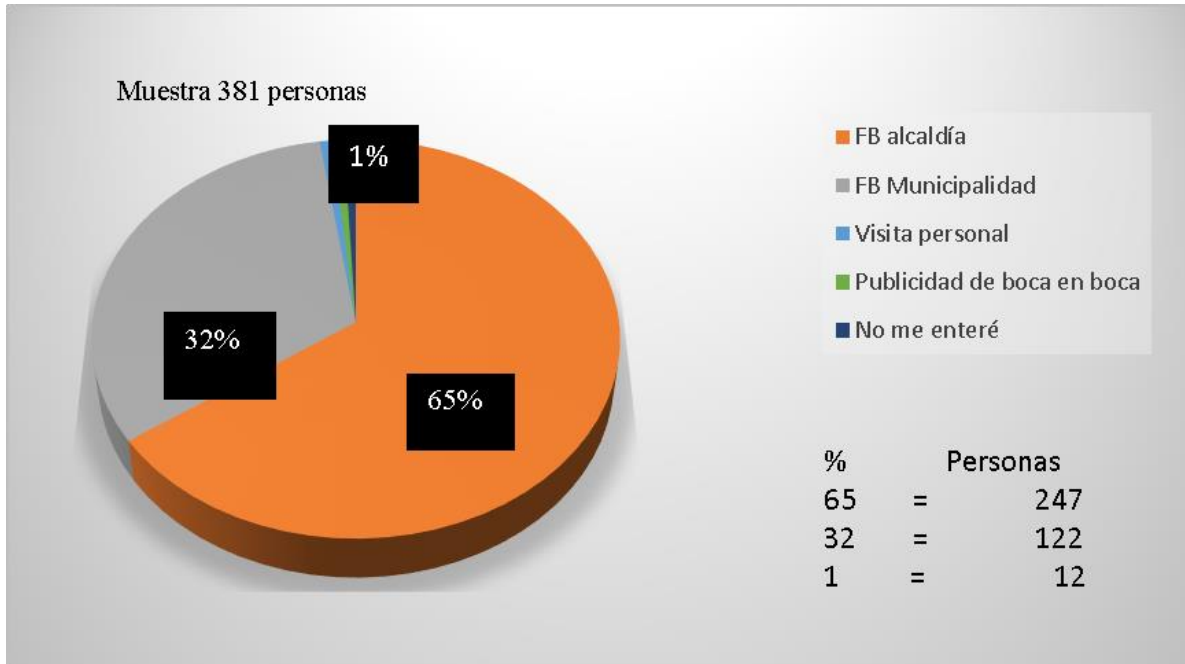
Fuente: Elaboración propia

Claramente se observa que los vecinos no están enterados de las actividades que realiza la Alcaldía Auxiliar para su beneficio, ya que un ochenta y siete por ciento, siendo estas trecientas treinta y una personas respondieron que no y con un trece por ciento que corresponde a cincuenta personas, nos indican que sí están enteradas de los trabajos que realiza dicha institución.



5) ¿Porque medio se entera de las actividades de la Alcaldía Auxiliar?

Figura 10



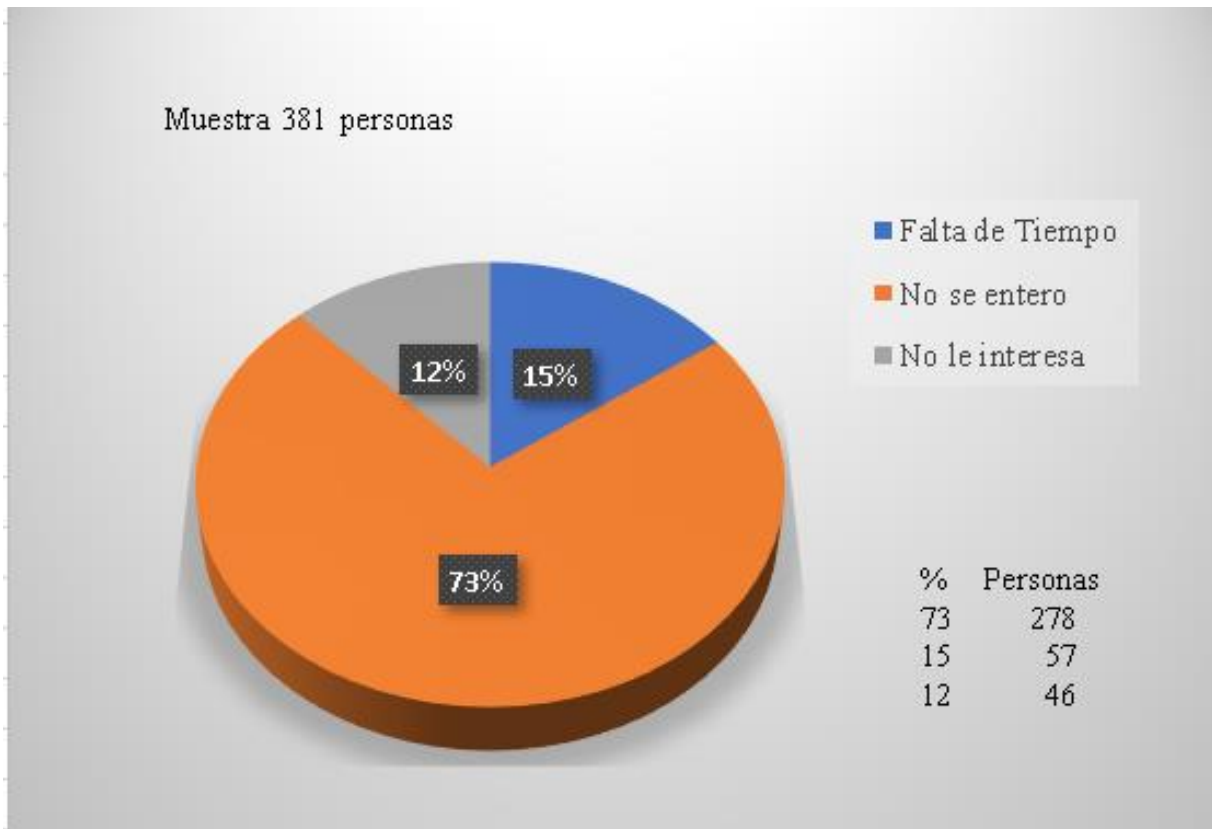
Fuente: Elaboración propia

Cuando la Alcaldía Auxiliar de la zona cuatro de Mixco quiere informar a los vecinos de alguna actividades al aire libre, avisos de pagos, gestiones o avisos de cualquier tema, lo vecinos se enteran principalmente por la página de *Facebook* de la alcaldía, reflejado con un sesenta y cinco por ciento, equivale a doscientos cuarenta y siete personas encuestadas, seguido por un treinta y dos por ciento, correspondiente a ciento veinte dos personas que se enteran por la página de *Facebook* de la Municipalidad de Mixco, quedándonos con un uno por ciento que corresponde a tres personas que respondieron que no se entera.



6) ¿Cuál es la razón de que no participa en las actividades que realiza la Alcaldía Auxiliar para el vecino?

Figura 11



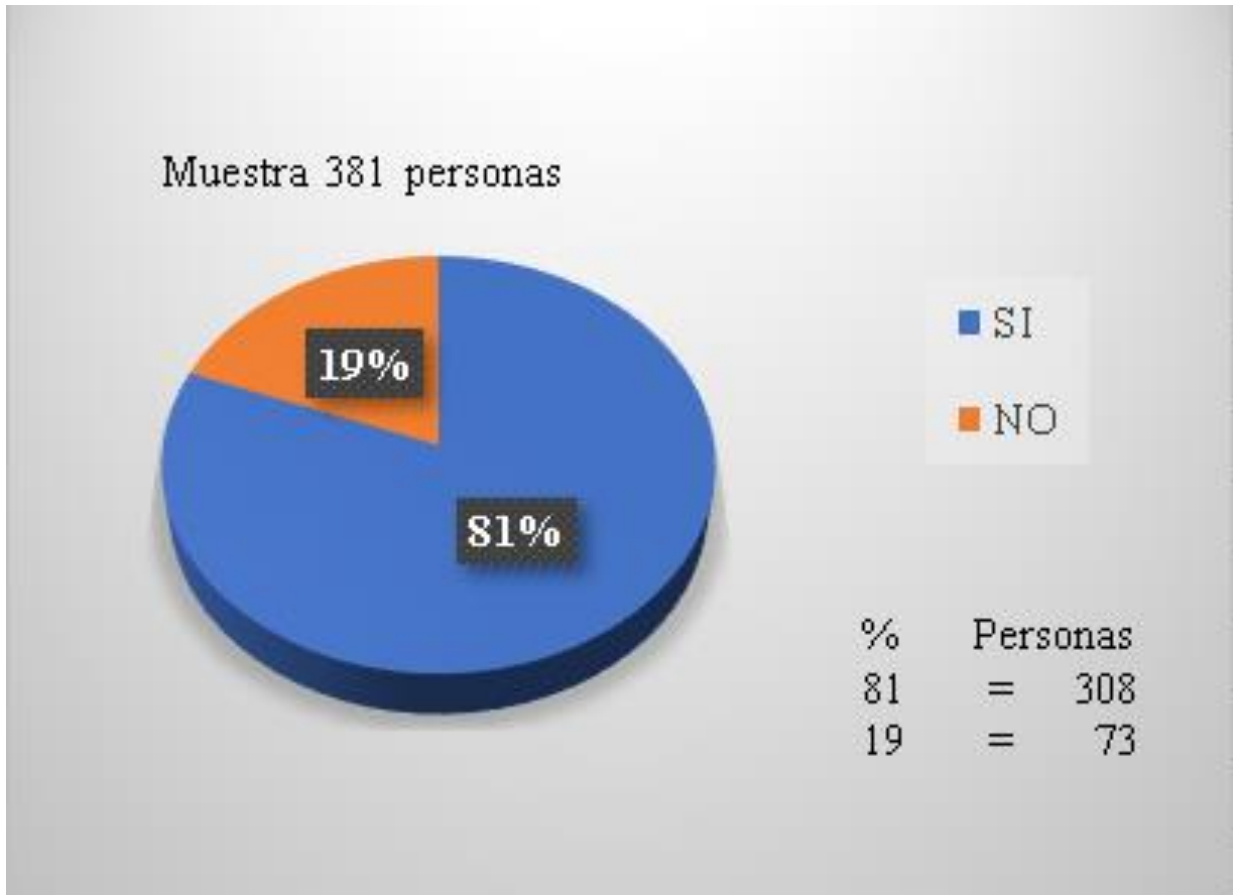
Fuente: Elaboración propia

De las personas encuestadas, el mayor porcentaje con un setenta y tres por ciento, siendo doscientas setenta y ocho, respondieron que no se enteró, seguido de un quince por ciento con cincuenta y siete personas indicarán que no participan por falta de tiempo y un doce por ciento correspondiente a cuarenta y seis personas, dijeron que no les interesa.



7) ¿Sabe que puede realizar trámites y pagos en la alcaldía?

Figura 12



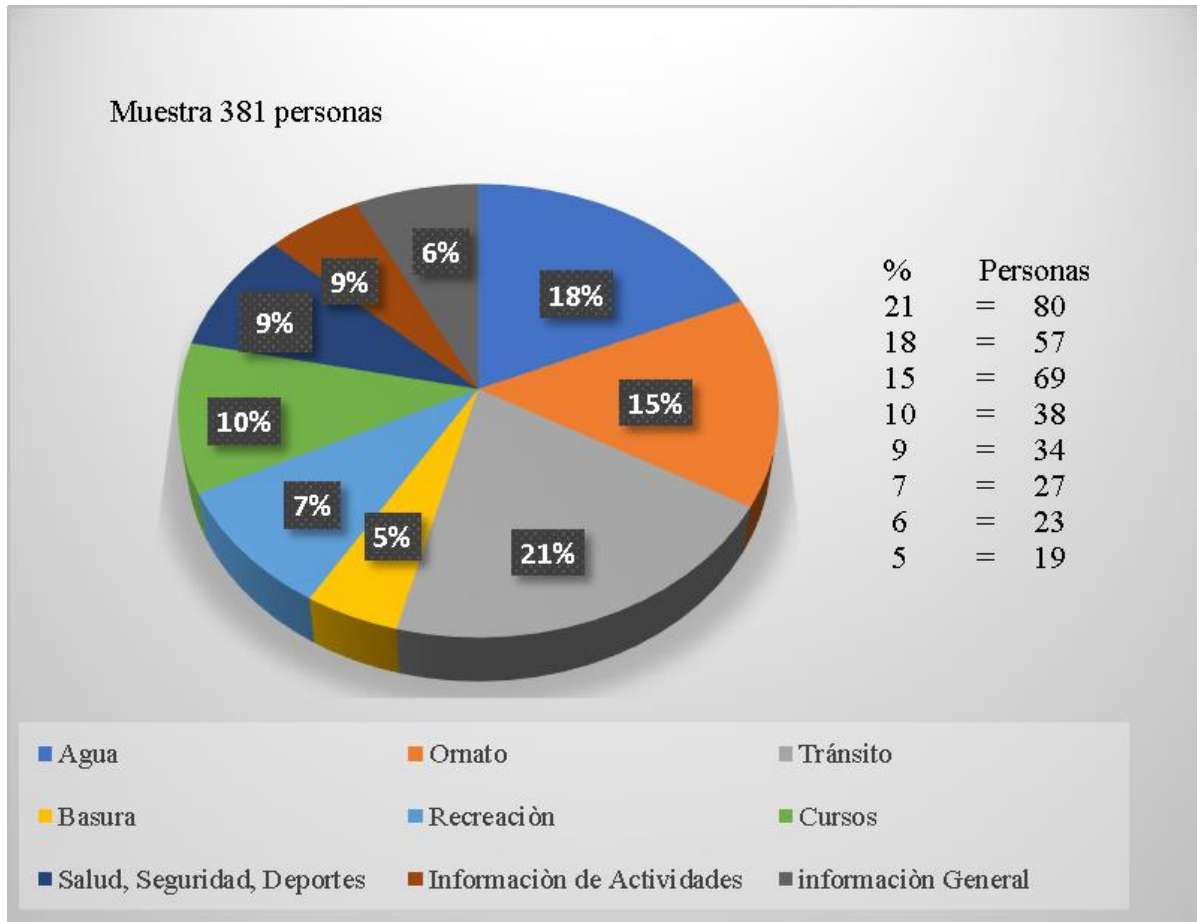
Fuente: Elaboración propia

De acuerdo a las respuestas de esta gráfica se puede observar que el ochenta y un por ciento que son trescientas ochenta y tres personas indicaron que si saben que se puede realizar trámites y pagos en la Alcaldía Auxiliar de la zona cuatro de Mixco, mientras el diez y nueve por ciento que corresponde a setenta y tres personas respondieron que no tienen conocimiento de los trámites o pagos que se realizan en dicha alcaldía.



8) ¿Sobre qué tema le gustaría recibir información?

Figura 13



Fuente: Elaboración propia

Esta gráfica nos muestra los temas que a los vecinos les interesaría estar informados, los cuales quedaron de la siguiente manera, con un veintiuno por ciento igual a ochenta personas, respondieron que a ellos les interesa estar informados del tránsito, mientras el dieciocho por ciento que corresponde a cincuenta y siete personas, le interesa agua, seguido por un quince por ciento correspondiente a sesenta y nueve personas, quieren informarse sobre el ornato, con diez por ciento que son treinta y ocho personas, les gustaría información de cursos, un nueve por ciento siendo estas treinta y cuatro personas dividido en temas salud, deportes, seguridad y actividades y por último les interesa recreación, basura, información general.



9) ¿Sabe el número de *WhatsApp* de la Alcaldía Auxiliar?

Figura 14



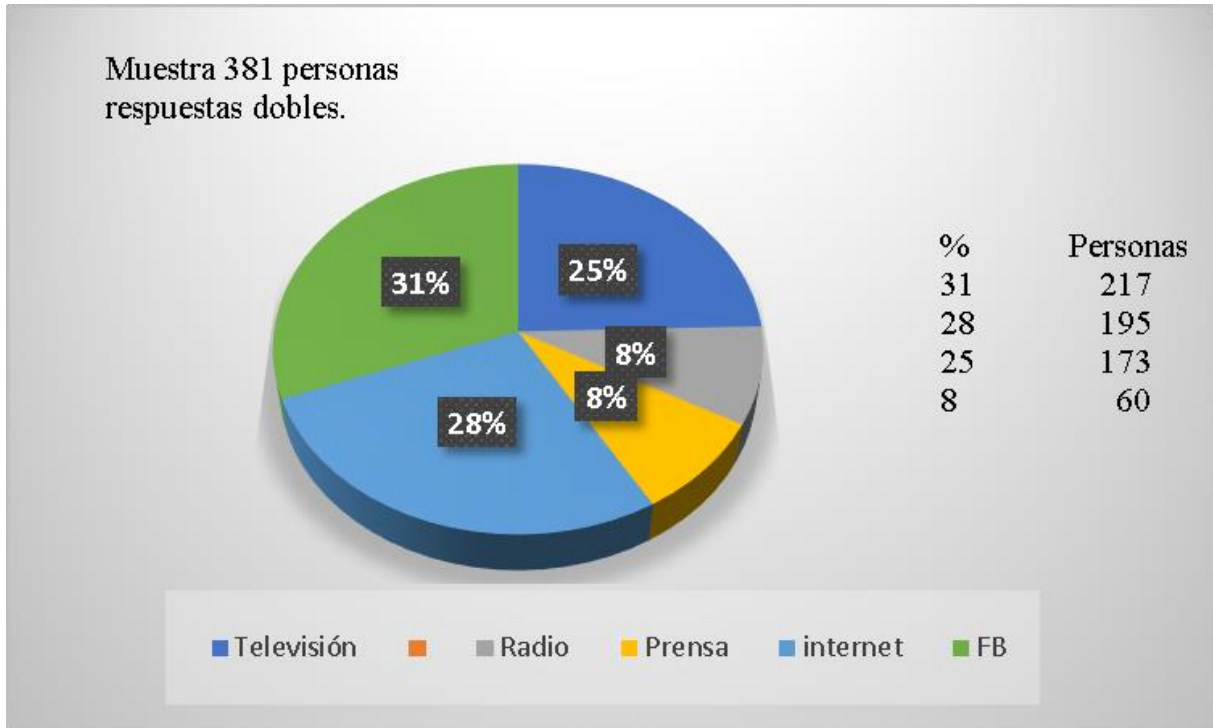
Fuente: Elaboración propia

De trescientos ochenta y un encuestados, el cien por ciento contestaron que no saben el número de *WhatsApp* de la Alcaldía Auxiliar, dándonos cuenta de que las personas si les podría interesar una línea directa para resolver dudas en poco tiempo.



10) ¿Qué medio de comunicación usa para informarse o enterarse?

Figura 15



Fuente: Elaboración propia

A las trescientas ochenta y un personas se les preguntó, qué medio de comunicación utilizan para informarse o enterarse de temas en general, de los cuales un treinta y un por ciento correspondiente a doscientas diecisiete personas respondieron que utilizan *Facebook*, mientras un veintiocho por ciento, siendo ciento noventa y cinco personas, contestaron que *internet*, seguido por un veinticinco por ciento que son ciento, setenta y tres personas, respondieron que por televisión y el ocho por ciento, sesenta personas, entre radio y prensa.



1.18 FODA

Es una herramienta útil en una estrategia de comunicación; según Ponce (2006), consiste en “la evaluación de los factores fuertes y débiles que, en su conjunto, diagnostica la situación interna de una organización; su evaluación externa, como las oportunidades y amenazas” (p102) obteniendo una visión más clara de la investigación.

Fortaleza

Son las capacidades o factores y recursos internos con que cuenta la empresa, entre lo que podemos observar determinar una fortaleza esta, buen ambiente de trabajo, productividad en la gestión, conocimiento del mercado, proactividad, resolutivo, capacidad de gestionar grupos de trabajo, habilidades, experiencia, conocimientos.

Oportunidades

Factores externos que resultan positivos y favorables en el entorno de la empresa, brindando un valor agregado, por ejemplo: regulación a favor, competencia débil, mercado mal atendido, clientes, red de contactos.

Debilidades:

Son los factores internos que provocan una posición desfavorable frente a la competencia, por lo que la institución necesita mejorar, por ejemplo, salarios bajos de los colaboradores, equipamiento discontinuado y maltratado, falta de capacitación a su personal.

Amenazas:

Situaciones externas que provienen del extorno atentado con la estabilidad de la organización, como conflictos gremiales, regulaciones desfavorables, cambios en la legislación, economía en recesión, sector con alta inestabilidad laboral, etc, esto puede impedir el alcance de los objetivos.



Foda Comunicacional

Tabla 5

Fortalezas	Oportunidades
<p>Las personas reconocen las funciones y el beneficio que tienen en poder contar con una Alcaldía Auxiliar en su zona.</p> <p>Para tener un acercamiento e interacción con el vecino, realizan actividades al aire libre.</p> <p>Son innovadores en buscar soluciones cuando el vecino lo necesita, realizando labor social.</p> <p>Crearán la página de <i>Facebook</i> para informar sobre sus actividades, trabajos, cursos, pagos y temas de interés al vecino</p> <p>Es una alcaldía descentralizada de la Municipalidad de Mixco.</p>	<p>Buscan estrategias de comunicación para fortalecer la comunicación externa con los vecinos.</p> <p>Imparten diversos cursos para emprender algún negocio y así poder tener un acercamiento con los vecinos.</p> <p>Otra forma de interactuar con los vecinos son la variedad de actividades al aire libre que realizan.</p> <p>Por el covid 19, crearán clases en línea para impartir sus cursos.</p> <p>Contratarán personal calificado como instructor de los cursos.</p>
Debilidades	Amenazas
<p>Por ser una alcaldía descentralizada, están sujetos a las disposiciones del departamento de comunicación de la Municipalidad de Mixco.</p> <p>Por no tener un departamento de comunicación se les dificulta realizar algunos artes para anunciar sus actividades</p> <p>Poco seguimiento a los comentarios que postean los vecinos en la página de <i>Facebook</i> de la alcaldía.</p> <p>La persona encargada de la página tiene otras funciones asignadas</p> <p>Solo utilizan la página de <i>Facebook</i> para anunciar sus cursos o actividades de la Alcaldía Auxiliar.</p> <p>Las autoridades de la alcaldía muestran poco interés en capacitarse en temas como la utilización de redes sociales.</p> <p>No tienen cronograma de actividades, las van realizando conforme sus necesidades.</p> <p>Cuando realizan actividades al aire libre no utilizan imagen de marca de la Alcaldía Auxiliar</p> <p>No tienen número de <i>WhatsApp</i> para recibir reclamos de los vecinos</p>	<p>Los vecinos tienen poca información sobre los cursos por lo tanto no le toman la importancia en solicitar más información para poder inscribirse.</p> <p>Los vecinos muestran poco interés en identificarse con la Alcaldía Auxiliar</p> <p>Por ser puestos públicos no pueden planificar por largo tiempo, ya que cada cuatro años los cambian</p> <p>No disponen de presupuesto para elaborar imagen de marca o contratar algún otro medio</p> <p>Por la pandemia dejaron de organizar actividades al aire libre</p> <p>Como no tienen variedad de material e utilizan el mismo formato los vecinos, muestran poco interés en su página de <i>Facebook</i></p> <p>Si no dan solución a una necesidad que tenga el vecino, este se va directamente a la Municipalidad de Mixco a resolver su caso.</p>

Fuente: Elaboración propia



1.19 Problemas Detectados

- a) Carencia de su propio departamento de Comunicación para organizar distintas estrategias para acercarse al vecino y tener más reconocimiento institucional.
- b) Falta de conocimiento de pautar en otros medios; desconocen los que utilizan sus vecinos.
- c) La persona que maneja la página de *Facebook*, por tener otras atribuciones, solo postea, no interactúa ni da seguimiento a los comentarios o quejas.
- d) Desconocen el funcionamiento y la importancia de tener página en *Facebook* activa, para comunicarse con los vecinos.
- e) No tiene *WhatsApp*, *Instagram*; estas redes sociales son importantes para informar a los vecinos.
- f) No tienen actividades en la página de *Facebook* para generar público orgánico y que los vecinos se interesen por lo que planifica la alcaldía para ellos.
- g) Poco interés del Alcalde Auxiliar de no capacitar a su personal en el cargo que desempeña.
- h) No hay quien genere material nuevo de cursos y actividades para postear en la fan page.
- i) No tienen presupuesto para invertir en actividades.
- j) No tienen imagen de marca en sus actividades.
- k) No hay un manual de procedimientos para las actividades en la página de *Facebook*
- l) Poco interés de autoridades en capacitarse en las redes sociales
- m) Falta contenido en la página de *Facebook*, postean lo que les envía la Municipalidad Central y los trabajos diarios.
- n) No promocionan los cursos que imparten.
- o) No agregan valor adicional a la página, para que el vecino se motive a navegar en ella.
- p) Desconocen cómo hacer viral una página de *Facebook*



1.20 Planteamiento del problema comunicacional

¿Cuáles son los medios de comunicación efectivos para cubrir las necesidades del vecino a través de la Alcaldía Auxiliar?

R//. Uno de los propósitos de la Alcaldía Auxiliar es estar en comunicación con los vecinos, por lo cual buscan diferentes medios para cumplir con este propósito, siendo una época donde la tecnología no deja de lado a las redes sociales, siendo pieza fundamental en la comunicación. Por lo que el medio más utilizado por los vecinos de la zona 4 de Mixco es la página de *Facebook* de la institución.

1.21 Indicadores de Éxito

Para este proyecto se tuvo la colaboración del Alcalde Auxiliar, quien tiene la facilidad de apoyar con diferentes proyectos para que tenga una buena comunicación en beneficio del vecino de la zona; el equipo humano de la alcaldía es muy colaborador, la persona encargada de la página de *Facebook* estuvo muy dispuesta a colaborar en lo que se le solicitaba de información; si fuera necesario nos apoyaban con el equipo para recibir capacitación, proyectar y tener la página de *Facebook* iniciada.

1.22 Proyecto a desarrollar

Por las necesidades que reflejó la Alcaldía Auxiliar con la realización del diagnóstico para tener una efectiva comunicación con los vecinos y apoyándonos en los resultados que nos aportó este Diagnóstico, se recomendó una estrategia de comunicación virtual, en la cual ellos podrán tener más y mejor informados a los vecinos, con un medio que es masivo y que podrían aprovechar de una mejor manera las herramientas que hoy en día nos da la plataforma de *Facebook*, siendo el tema a desarrollar:

Diagnóstico y Estrategia de comunicación externa para promover en redes sociales que se prestan en la Alcaldía Auxiliar de la zona 4 de Mixco



Capítulo 2

Plan estratégico de comunicación

2.1 Plan de Comunicación

Plan

Luna (2016) afirma que plan, “hace hincapié en las decisiones de carácter global, expresando los lineamientos fundamentales prioritarios y de gran alcance al determinar estrategias que son a mediano y largo plazo en un análisis interno o externo.” (pág. 41). Es importante que la empresa tenga presente para dónde quiere dirigir su comunicación, dependiendo de su plan, utiliza los recursos disponibles para no incurrir en pérdidas.

Estrategia es toda forma de comunicación que se utiliza para organizar y elaborar la información, para que llegue con claridad y se comprenda el mensaje y dar solución a problemas de comunicación en una empresa determinada. Para Ronda (2021) “La estrategia es una herramienta de dirección que permite la satisfacción de las necesidades del público objetivo a quien está dirigida la actividad de la empresa”. (recuperado 2021).

Que es un plan estratégico de comunicación:

Con la definición de comunicación, plan y estrategia, se comprende que los tres son fundamentales para un plan estratégico de comunicación efectivo, que sirva para mejorarla, de forma interna y externa, tener un clima labor adecuado, posicionarse en la mente del consumidor al cumplir los objetivos de la empresa.

2.2 Misión

Promover el buen uso y manejo de las aplicaciones de redes sociales, en la Alcaldía Auxiliar de la zona 4 de Mixco, para que las personas se involucren y enriquezcan su conocimiento tecnológico.



2.3 Visión del plan

Que la Alcaldía Auxiliar de la zona 4 de Mixco tenga informado al vecino de sus diferentes actividades por medio de su página de *Facebook*, para tener una buena comunicación y así promover el bien común.

2.4 Elementos comunicacionales

2.4.1 Comunicación

La comunicación es el medio que utiliza el ser humano para dar a conocer o transmitir un mensaje de persona a persona, debe estar bien estructurado para que el receptor lo comprenda. Yirida (2021) explica que, es un intercambio de información entre el emisor y receptor, donde el primero transmite el mensaje; el segundo lo interpreta y produce una respuesta de ser necesario.” (Recuperado 2021).

2.4.2 Comunicación Organizacional

Desde la posición de Rodríguez (1999), “es el conjunto de técnicas y actividades encaminadas a facilitar los mensajes que se dan entre los mismos miembros de una organización” (pág. 115), con esto pueden ejercer la comunicación organizacional las empresas deben de estar conformadas de una o más personas que logren tener comunicación entre ellos, valiéndose de los insumos de cada empresa para poder dar a conocer los productos o servicios deseados.

Sera de gran importancia fortalecer los conocimientos de los trabajadores de la Alcaldía Auxiliar para que tengan una buena comunicación entre ellos y así utilizar con un buen conocimiento las herramientas que tengan para mejorar la comunicación con los vecinos.

La comunicación organizacional se divide en

- a) Comunicación Interna
- b) Comunicación Externa
- c) Comunicación Virtual



2.4.2.1 Comunicación interna

Como dice Oliveras (2016) la comunicación interna “es la que se pretende mantener informados y coordinados a los miembros del equipo fomentar un clima labor positivo”, (pág. 4) se divide en descendente la comunicación de los jefes con los empleados, ascendentes de los trabajadores a los encargados de área y horizontal que tiene entre los trabajadores del mismo cargo laborar en la empresa.

Comunicación externa

De acuerdo con Oliveras (2006) “son todas las actividades para dar a conocer una empresa, fuera de ella y así podemos recopilar las opiniones de la sociedad, entre las actividades podemos citar folletos, relaciones públicas, redes sociales.” (pág5), para una empresa es muy importante saber cómo esta vista para poder después realizar un plan estratégico de comunicación.

2.4.2.2 Comunicación virtual

Es “donde las personas no están físicamente presentes y utilizan tecnología de *internet*, audio, video para comunicarse” (Krukova 2021), ubicados en diferentes partes, a pocos metros o a kilómetros, para establecer una comunidad virtual.

2.4.3 Los elementos de la comunicación

Emisor

Es quien envía el mensaje, inicia la comunicación. Transmite de manera simbólica o codificada, dependiendo de su lenguaje corporal. (Torres 2020); debe ser claro para que el receptor lo comprenda y capte con facilidad lo que se quiere dar a conocer. Para entender en este informe el emisor estaríamos hablando de la Alcaldía Auxiliar de la zona 4 de Mixco.



Receptor:

Es quien recibe el mensaje de forma voluntaria o involuntaria, interpreta su claridad, establece símbolos para descifrarlo (Torres 2020). Dependiendo de su criterio personal y sus creencias entiende el mensaje. Dicho receptor sería los vecinos de la zona 4 de Mixco.

Código

Es un conjunto de símbolos que se estructura de la misma manera que tenga un significado para alguien, para que el receptor entienda lo que le quiera decir el emisor”, es muy importante que la alcaldía auxiliar maneje el mismo idioma que el emisor en este caso el vecino.

Mensaje

El mensaje es la información que el receptor a codificado por medio del habla, gestos, escritura, pintura, movimientos corporales, señales y que sea captada por el receptor, los mensajes que la alcaldía tiene que enviar a los vecinos tienen que ser claros y directos en el sentido que sean bien estructurados para el ellos puedan comprender la información enviada.

Canal de comunicación:

Son todos los medios que ayudan a transmitir el mensaje a un público seleccionado; si se utiliza internet, el canal de comunicación es un chat. (Torres 2020). Hay un emisor que envía un mensaje, un canal que ayuda a que lo reciba el receptor con facilidad y lo comprenda.

Los canales de comunicación para la Alcaldía Auxiliar de la zona 4 de Mixco, son todos los medios que utilizan para tener una buena comunicación con el vecino, por el momento utilizan la página de *Facebook*, afiches, volantes.

Ruido:

Son todos los elementos que interfieren un mensaje de manera natural o provocada, no permite la claridad, por la mala recepción. (Torres 2020). Los ruidos ambientales, como cuando la lluvia cae y no se escucha lo que otra persona dice por vía telefónica o la intervención una onda que interfiere un programa vía internet.



Los ruidos que pudieran afectar para tener una comunicación clara con los vecinos son los malos comentarios que se pudieran generar en contra de la Alcaldía Auxiliar de la zona 4 de Mixco, un mensaje mal elaborado que no sea comprensible.

Realimentación:

Es la interpretación que el receptor da al mensaje, es otra forma de comunicación. (Torres 2020). Siempre que se envía un mensaje, se espera que llegue con claridad para obtener una respuesta satisfactoria y saber que cumplió con los objetivos estipulados. Para que la Alcaldía Auxiliar tenga la seguridad de tener una realimentación, se puede medir con la viralización de los mensajes y los comentarios que estas publicaciones puedan generar.

2.4.6 Red social

Tiene un uso continuo y crecimiento por los jóvenes y adultos, en los últimos años. Da la oportunidad de conocer gente en línea, que compartan intereses o actividades por la *web* con distintas vías para interactuar, como *chat* mensajería *blog*, otros. (Boyd & Ellison 2,011) para una comunicación rápida.

a) *Post* o publicaciones:

Son creaciones con contenido visual, incluye texto, imágenes y videos, para captar más la atención y ayudara a que la persona procese la información de forma llamativa (Infogram 2021), se sugiera publicar anuncios con imágenes porque obtienen más de 2 a 3 veces de participación que las de solo texto, ayuda a recordar con facilidad el mensaje transmitido.

b) Plataforma digital

“Facilitan la ejecución de tareas a través de programas o aplicaciones en un mismo lugar en la *web*” Giraldo (2019), por ejemplo, educativas, que se enfocan en la educación a distancia, sociales, como *Facebook*, *Linkedin*, *Instagram*, otras; de comercio electrónico para comprar productos o servicios sin salir de casa; especializas las que ayudan a un cierto grupo, por ejemplo: *Trello*, *Canva*, otras.



c) Aplicación *Trello*

Permite organizar, calendarizar y administrar todas las tareas de manera fácil y ordenada, su uso puede ser personal o empresarial al hacerlo grupal para que todos manejen la misma información a realizar alguna tarea.

2.4.7 Manual de comunicación

Documento que sirve de guía para diversas actividades. Usa un lenguaje claro y sencillo, actividades dinámicas de grupo, pasos a seguir, para llegar a los objetivos. (Torres 2020)

Se sugieren los siguientes temas:

a) Actividades promocionales

Llamado también *BTL (Below the línea)*. Son estrategias de captación y fidelidad para atraer a un público determinado con actividades al aire libre, eventos, convenciones, entre otras acciones de experiencia para difundir un mensaje, construir una marca para posicionarse en la mente del consumidor, siguiendo los objetivos de campaña fijados. (Salas, 2018)

b) Pilares de contenido:

Son las líneas gráficas que ayudan a tener contenido de calidad y ofrecer a la audiencia un valor agregado para que la página no sea estática, ayuda al posicionamiento apoyado en los objetivos planificados. (“Pilares de contenido”, 2019)

c) Capacitación:

Son las actividades propias de una empresa u organización para mejorar las capacidades de su personal en los puestos que ocupen, mantener mejor eficiencia y desempeño en la tarea que ejecutan. (García 2011)



2.5 Alcances y límites de la Estrategia

Los alcances establecidos es mantener el interés en conocer las herramientas que *Facebook*, ofrecen para la comunicación efectiva con el vecino y aplicar las recomendaciones planteadas en esta estrategia de comunicación virtual para los vecinos de la zona 4 de Mixco.

Límites de la estrategia

La estrategia no llegó a personas de escasos recurso porque su situación económica no les permite tener acceso a las redes sociales, para enterarse de las actividades y proyectos de la alcaldía, ni interactuarán con ellos. La propuesta solo aplicó a los vecinos de la zona 4 de Mixco, las demás zonas se rigen por las disposiciones de otros alcaldes.

2.6 Metodología para la aplicación de la Estrategia Comunicación

Metodología:

Según Mérida (2020) es un conjunto de principios que establece las bases de la investigación, para establecer conclusiones a base de objetivos para nuestra investigación. (pág 17)

Análisis inicial:

Con base a los resultados se trabajó en una investigación descriptiva, enfoque mixto, entrevistas de profundidad y con una observación directa.

Público *Smart*:

De una población de 40,000 habitantes se saco una muestra de 381 personas para realizarles en encuesta.

Público objetivo:

Hombres y mujeres, entre las edades de 20 a 40 años, que residan la zona 4 de Mixco, con una escolaridad nivel primario.

Mensaje:

Se trabajará Comunicación externa planteando un presupuesto de las acciones de más adelante se detallarán.



2.6.1 Objetivos del Plan estratégico de Comunicación

Objetivo General

Fortalecer la comunicación externa para la Alcaldía Auxiliar de la zona 4 de Mixco.

Objetivos específicos

- Crear nuevos canales para la utilización de diferentes aplicaciones optimizando el tiempo del personal de la Alcaldía Auxiliar.
- Promover la comunicación en la red social *Facebook* para tener una buena interacción con los vecinos.
- Actualizar al personal con nuevos conocimientos que tienen en la red social de *Facebook*

2.6.2 Acciones para conseguir los objetivos

- 1) Para crear nuevos canales para la utilización de diferentes aplicaciones optimizando el tiempo del personal de la Alcaldía Auxiliar, se pretende llevar un control del desarrollo de actividades, cronogramas y programación en la aplicación de *Trello*.
- 2) Se pretende promover la comunicación en la red social *Facebook* para tener una buena interacción con los vecinos por medio de *post* para redes sociales, así como cápsulas de videos.
- 3) Se sugiere actualizar al personal con nuevos conocimientos que tienen en la red social de *Facebook* con capacitaciones, en esta acción se pretende que el equipo que labora en la Alcaldía Auxiliar esté capacitado para estar a la vanguardia de la tecnología y poder abarcar a un público que utiliza como principal medio de comunicación las redes sociales.
- 4) Como un agregado más se fortalecerá la comunicación externa, con un manual que les permita consultar cuando ellos necesiten implementar aplicación que les permita interactuar con el vecino.



2.6.3 Los indicadores para medir su cumplimiento

Los indicadores son los medios que nos permiten evaluar la estrategia de comunicación tanto cuantitativo, uno de varios es la encuesta ya que con la realización de esta nos proporcionará resultados numéricos para que se pueda comparar con otra cantidad y así poder realizar un juicio crítico de algún tema determinado.

Otro indicador que aplica para la investigación es el método cualitativo con este se emplea la entrevista y observación, con respuestas y lo que se observa de la institución se podrá analizar los datos para proporcionar otro juicio crítico y nos ayude a seguir la investigación.

Tabla 6

Meta	Estrategia	Acciones	Indicadores	Responsable	Resultado esperado
Optimizar el tiempo de recurso humano, utilización de diferentes aplicaciones	Implementación de la aplicación <i>Trello</i>	Implementación de la aplicación <i>Trello</i> , para la organización tanto de posteo en <i>Facebook</i> como para su trabajo en equipo	Cantidad de personas	Estudiante de EPS	Que el personal implemente esta aplicación en su trabajo.

Fuente: Elaboración propia



Tabla 7

Meta	Estrategia	Acciones	Indicadores	Responsable	Resultado esperado
Fortalecer la comunicación de la Alcaldía Auxiliar.	Manual de redes sociales	Creación de manual de manejo de redes sociales, ayudándoles a utilizar diferentes herramientas para generar contenido nuevo e innovador	Seguimiento de la página de <i>Facebook</i> de la alcaldía auxiliar	Estudiante de EPS, Encargado de la página de <i>Facebook</i>	Implementación de nuevas herramientas sugeridas en el manual
Promover la comunicación en la red de <i>Facebook</i>	Cápsulas informativas	Producir Cápsulas de video para postearlos en la página de <i>Facebook</i> y verificar la interacción de los vecinos	Observar la reacción de los vecinos	Estudiante de EPS	Seguir posteando cápsulas informativas

Fuente: Elaboración propia



Tabla 8

Meta	Estrategia	Acciones	Indicadores	Responsable	Resultado esperado
Promover la comunicación en la red de <i>Facebook</i>	<i>Post</i> para <i>Facebook</i>	Elaboración de <i>post</i> para su inserción en <i>Facebook</i>	Cuantificar cuantos <i>like</i> le dan a cada <i>post</i>	Estudiante de EPS	Seguir posteando los temas de interés, para que el vecino se fidelice con la página
Actualizar al personal con nuevos conocimientos	Capacitación en las redes sociales	Implementación de una capacitación grabada para que al momento que lo necesiten puedan apoyarse viéndola nuevamente	Seguir programando capacitaciones con temas de redes sociales	Persona encargada de la página de <i>Facebook</i>	Que el personal este capacitado para ejercer mejor su trabajo

Fuente: Elaboración propia



2.6.4 Los Instrumentos

Tabla 9

Actividad	Fecha de realización
Elaborar el cronograma de actividades	4 días
Elaborar manual de redes sociales	14 días
Capacitaciones	8 días
Artes, cápsulas informativas	20 días
Publicar y monitorear cápsulas en la página de <i>Facebook</i> .	1 o 2 veces por día cada mes

Fuente: Elaboración propia

2.6.5 Actividades para la Operatividad de la Estrategia

2.6.5.1 Propuesta 1: Cronograma y programación sobre calendario y actividades de *Trello*.

Con la aplicación *Trello* organizan mejor sus proyectos de trabajo individual o en equipo, colocando las diferentes tareas que deben de completar con fecha y hora estimada. Dicha aplicación se puede descargar en computadora, *tablet* o teléfono.

Se crea columnas o tableros conteniendo el nombre de la tarea a desarrollar, después esta se divide en una lista, donde se agregar escritos, archivos, correos de colaboradores, calendario etc., llevando un mejor control de tiempo en su trabajo.

2.6.5.2 Propuesta 2: Elaboración de manual de procedimientos para redes sociales

Se creará un Manual de 15 páginas con parámetros de comunicación para las redes sociales, como *Facebook*, *Instagram*, *WhatsApp*, el contenido será sobre:

Generar tráfico orgánico a la página de *Facebook*, utilización de imagen de marca en actividades al aire libre, utilización de botones de llamadas de acción, utilización de *Facebook Live*, encuestas en *Facebook*, iniciación de la aplicación de *Instagram*.



2.6.5.3 Propuesta 3: Cápsulas de videos

Se elaborarán 9 cápsulas de videos con diferentes versiones como: seguimiento de bioseguridad, promoviendo cursos, capacitaciones y actividades sociales, con el fin de que los vecinos puedan interactuar fácilmente con la alcaldía auxiliar, se recomienda videos cortos de 20 a 30 segundos con mensajes claros y sencillos.

2.6.5.4 Propuesta 4: *Post* para redes sociales

Se elaborarán 32 *post* par la página de *Facebook* de la alcaldía auxiliar de la zona 4 de Mixco, esto ayudaría para identificar el mejor *like* y que sigan con la línea gráfica para seguir elaborando temas de interés para el vecino.

2.6.5.5 Propuesta 5: Capacitación

Se proponen una capacitación mensual para que los colaboradores puedan estar capacitados en los temas de interés de acuerdo a cada actividad para que haya una buena logística.

2.7. Financiamiento

Siendo esta una empresa gubernamental y al no tener presupuestado para proyectos adicionales, el mayor porcentaje del financiamiento de la estrategia se hará por cuenta del estudiante de EPS de licenciatura, siendo este Q. 12,730, por parte de la Alcaldía Auxiliar se proporcionará la página de *Facebook* para *postear* el material, y la persona encargada de dicha página para que nos apoye en *postear* los videos y *post* realizados.

2.8. Presupuesto

Los honorarios por diagnóstico y elaboración del plan de comunicación son de referencia, el costo global es Q. 22,230.00



Tabla 10

Cantidad	Detalle	Costo unitario	Costo Total Q
1	Asesoría comunicacional	Q. 8,000.00	5,000.00
1	Elaboración de un cronograma de actividades	Q. 300.00	300.00
1	Impresión de Manual	Q. 30.00	330.00
32	Post para redes sociales	Q. 200.00	6,400.00
9	Cápsulas para redes sociales	Q. 500.00	4,500.00
6	Capacitaciones a los colaboradores	Q 1,000.00	6,000.00
Total			Q. 22,230.00

Fuente: Elaboración propia

2.9. Beneficiarios

En la Estrategia de Comunicación, hay beneficiarios primarios y secundarios. Los primarios incluyen a la Alcaldía Auxiliar de la zona 4 de Mixco, porque recibe este aporte, al seguir las recomendaciones sugeridas para tener acercamiento con el vecino y realimentar sus necesidades. Los secundarios son los habitantes de la zona 4 de Mixco, porque con la información de la Alcaldía Auxiliar, estarán más enterados sobre proyectos y temas de interés, mejor interacción, para una convivencia de calidad.

Como también a futuros estudiantes que abordan problemas municipales, estudiantes universitarios con temas de legislación de las municipales del país



2.10. Recursos Humanos

Se tuvo apoyo profesional de los colaboradores de la Alcaldía Auxiliar de la zona 4 de Mixco y ajeno.

Tabla 11

Nombre	Puesto	Organización	Actividad
Arquitecto Héctor Valde	Alcalde Auxiliar	Alcaldía Auxiliar de la zona 4 de Mixco	Facilitador que aprueba los materiales
José Rodríguez	Gestor de redes sociales	Alcaldía Auxiliar de la zona 4 de Mixco	Enlace que gestiona y publica en <i>Facebook</i>
Ericka Escot	Estudiantes de Eps	USAC	Encargada de planificar en redes y capacitadora
Alfredo Castellanos	Diseñador	Independiente	Diagramador de folleto, artes y videos
Negly García	Imprenta	Mercimpublic	Gestor en imprimir el manual
Dr. José María Torres	Coordinador de Eps	Universidad de San Carlos, ECC	Supervisión
Master Evelin Morazán	Sub-Coordinador Eps	Universidad de San Carlos, ECC	Supervisión y seguimiento en el informe

Fuente: Elaboración propia



2.11. Áreas Geográficas de Acción

Se efectuó en las instalaciones de la Alcaldía Auxiliar de Mixco, ubicada en la 2a. avenida 5-80 colonia Montserrat II, zona 4 de Mixco y colonias aledañas.

2.12. Cuadro Comparativo de Estrategias

Tabla 12

Actividad o producto comunicacional	Objetivos específicos	Presupuesto Q.	Recurso humano	Área geográfica de impacto	Beneficiarios	Fecha de ejecución
Cronograma Trello	Crear nuevos canales para la utilización de diferentes aplicaciones optimizando el tiempo del personal de la alcaldía auxiliar.	300.00	Estudiante de EPS, encargado de la página de <i>Facebook</i>	Instalaciones de la alcaldía de la zona 4 de Mixco, ubicada en la 2da avenida 5-80 Montserrat II zona 4 de Mixco	Recurso humano de la Alcaldía Auxiliar de la zona 4 de Mixco	25 de julio
Manual de procedimientos para el manejo en redes sociales	Fortalecer la comunicación externa de la Alcaldía Auxiliar de la zona 4 de Mixco.	330.00	Estudiante de EPS Diseñador freelance, persona encargada para imprimir el manual.	Instalaciones de la alcaldía de la zona 4 de Mixco, ubicada en la 2da avenida 5-80 Montserrat II zona 4 de Mixco	Recurso humano de la Alcaldía Auxiliar de la zona 4 de Mixco	23 agosto

Fuente: Elaboración propia



Tabla 13

Actividad o producto comunicacional	Objetivos específicos	Presupuesto	Recurso humano	Área geográfica de impacto	Beneficiarios	Fecha de ejecución
Cápsulas de videos	Promover la comunicación en la red social <i>Facebook</i> , para tener una buena interacción con los vecinos	4,500.00	Estudiante EPS, diseñador freelance	Instalaciones de la alcaldía de la zona 4 de Mixco, ubicada en la 2da avenida 5-80 Montserrat II zona 4 de Mixco	Recurso humano de la Alcaldía Auxiliar de la zona 4 de Mixco y vecinos de esa zona	23 agosto
<i>Post</i> para redes sociales	Promover la comunicación en la red social <i>Facebook</i> , para tener una buena interacción con los vecinos	6,400.00		Instalaciones de la alcaldía de la zona 4 de Mixco, ubicada en la 2da avenida 5-80 Montserrat II zona 4 de Mixco	Recurso humano de la Alcaldía Auxiliar de la zona 4 de Mixco y vecinos de esa zona	23 agosto

Fuente: Elaboración propia



Tabla 14

Actividad o producto comunicacional	Objetivos específicos	Presupuesto	Recurso humano	Área geográfica de impacto	Beneficiarios	Fecha de ejecución
Capacitación	Actualizar al personal con nuevos conocimientos que tiene la red social <i>Facebook</i>	6,000.00	Estudiante EPS, diseñador freelance	Instalaciones de la alcaldía de la zona 4 de Mixco, ubicada en la 2da avenida 5-80 Montserrat II zona 4 de Mixco	Recurso humano de la Alcaldía Auxiliar de la zona 4 de Mixco y vecinos de esa zona	23 agosto

Fuente: Elaboración propia

2.13. Cronograma del Plan de Comunicación

Tabla15

ACTIVIDAD	Cronograma de Actividades													
	Mes de Julio													
	12	13	14	15	16	19	20	22	23	26	27	28	29	30
	L	M	M	J	V	L	M	J	V	L	M	M	J	V
Planificación de cronograma de actividades														
Obtener información para elaborar el manual de redes sociales														
Entrega de cronograma de aplicación <i>Trello</i>														

Fuente: Elaboración propia



Tabla 16

ACTIVIDAD	Cronograma										
	Mes Agosto										
	2	3	4	5	6	9	10	12	13	16	
	L	M	M	J	V	L	M	J	V	L	
Planificación de cronograma de actividades											
Recabar información para elaborar el manual de redes sociales											
Conferencia de capacitación											
Elaboración de diseño de artes para postear											
Postear anuncios según el calendario y monitorear su interacción con el vecino.											
Elaboración del manual de redes sociales											
Impresión de manual de redes sociales											
Entrega de manual de redes sociales											

Fuente: Elaboración propia

Tabla 17

ACTIVIDAD	Cronograma									
	Mes de Agosto									
	17	18	19	20	23	24	25	26	27	
	M	M	J	V	L	M	M	J	V	
Planificación de cronograma de actividades										
Recabar información para elaborar el manual de redes sociales										
Conferencia de capacitación										
Elaboración de diseño de artes para postear										
Postear anuncios según el calendario y monitorear su interacción con el vecino.										
Elaboración del manual de redes sociales										
Impresión de manual de redes sociales										
Entrega de manual de redes sociales										

Fuente: Elaboración propia



Capítulo 3

Ejecución de la Estrategia

3.1 Ejecución Realización de Calendario de Publicaciones y Actividades por medio de la aplicación *Trello*

Objetivo de la actividad	Crear nuevos canales para la utilización de diferentes aplicaciones, optimizando el tiempo del personal de la alcaldía auxiliar.
Medio utilizado	<i>Trello</i> , aplicación que permite organizar, calendarizar y administrar todas las tareas de manera fácil y ordenada. Su uso puede ser personal o empresarial y hacerlo grupal para que todos manejen la misma información a realizar alguna tarea.
Área geográfica de impacto	Esta aplicación beneficiará al equipo de la alcaldía auxiliar de la zona 4 de Mixco, primero al alcalde auxiliar ya que de cualquier lugar en donde esté, con la aplicación, puede crear una actividad y agregar a las personas designadas a realizar dicha actividad. Encargado de la página de <i>Facebook</i> , utilizando esta aplicación puede organizar mejor sus publicaciones en la fan page de la alcaldía.
Presupuesto en esta acción	Debido a que esta aplicación es gratuita hasta cierto límite, dependiendo el presupuesto de la empresa pueden optar a los diferentes planes, <i>estándar</i> \$ 5.00, <i>premium</i> \$10 y <i>enterprise</i> \$17.50
Comprobación de material	Capturas de la aplicación <i>Trello</i> ver anexo, ejemplo de cómo organizar una actividad y un calendario de publicaciones. La ejecución de esta aplicación quedará en discreción del alcalde auxiliar cuando él lo crea conveniente.



3.2 Ejecución *Post* para postearlos en *Facebook*

Objetivo de la actividad	Promover la comunicación en la red social <i>Facebook</i> , para tener una buena interacción con los vecinos.
Medio utilizado	En la página de <i>Facebook</i> de la Alcaldía Auxiliar de la zona 4 de Mixco se estarán pautando diferentes materiales que se realizarán para que sus publicaciones sean de una sola línea gráfica y así los vecinos puedan estar informados de los diferentes cursos y actividades que realizan para ellos.
Área geográfica de impacto	La diversidad de material ayudará al encargado de la página de la alcaldía ya que se le está dejando material para que se puedan publicar en diferentes días y al vecino de la zona 4 de Mixco, porque va a estar mejor informado.
Presupuesto en esta acción	Se realizaron 32 <i>post</i> , con diferentes temas diferentes carpetas con un total Q. 6,40000.00 con teniendo variedad.
Comprobación de material	Se adjuntaron los <i>posts</i> en anexo.

Figura 16 Post Plaza del Sabor



Fuente: Elaboración Propia

y promocionar sus cursos.



Fuente: Elaboración Propia



3.3 Ejecución 3: Cápsulas de videos

Objetivo de la actividad	Promover la comunicación en la red social <i>Facebook</i> , para tener una buena interacción con los vecinos.
Medio utilizado	En la página de <i>Facebook</i> de la alcaldía auxiliar de la zona 4 de Mixco se estarán pautando diferentes cápsulas informativas y educativas para poder interactuar fácilmente con el vecino, para que ellos puedan estar informados de los diferentes cursos y actividades o información general que realizan para ellos.
Área geográfica de impacto	La diversidad de material ayudará al encargado de la página de la alcaldía ya que se le está dejando material para que se puedan publicar en diferentes días y al vecino de la zona 4 de Mixco, porque va a estar mejor informado.
Presupuesto en esta acción	Se realizaron 9 cápsulas de, con diferentes temas diferentes carpetas con un total Q 4,500.00 con teniendo variedad.
Comprobación de material	Se adjuntas videos posteados por la alcaldía auxiliar

Figura 17 Comprobación de material cápsula de video

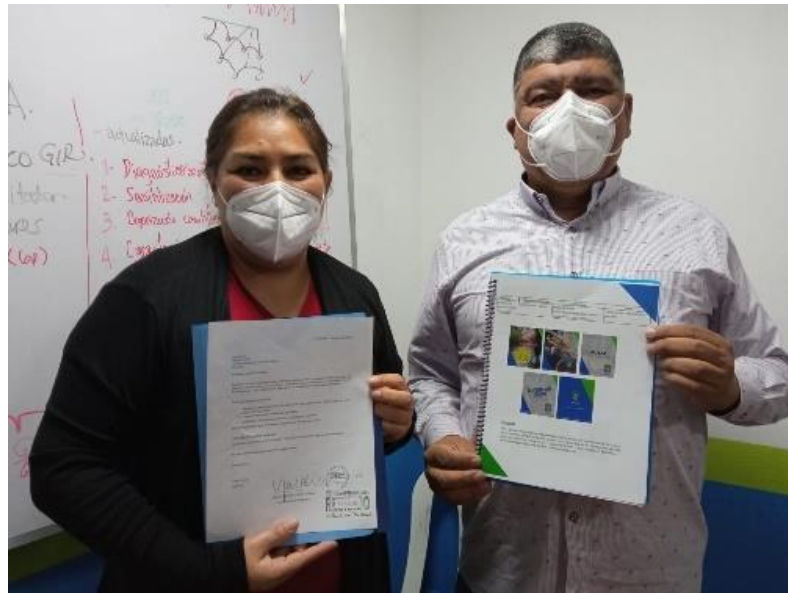


Fuente: Elaboración propia

3.4 Ejecución Manual para redes sociales

Objetivo de la actividad	Fortalecer la comunicación externa de la Alcaldía Auxiliar de la zona 4 de Mixco
Medio utilizado	Manual de procedimientos para generar un segmento orgánico segmentado, desarrollando temas para que la página no sea estática y genere un valor agregado al vecino, se recomienda en cada campaña enfocarse en una palabra que sea una conexión con el alcalde al vecino y el vecino con la alcaldía, se ordenará con los pilares de contenido cada publicación para después aplicar los botones dependiendo de lo que se quiere transmitir.
Área geográfica de impacto	El área geográfica será al personal de la alcaldía de la zona 4 de Mixco, ya que con este manual podrá implementar las diferentes opciones tanto en actividades como botones, para que el vecino se identifique con su alcaldía auxiliar
Presupuesto en esta acción	330.00
Comprobación de material	Captura de pantalla de la entrega del manual al Arquitecto Héctor Valdez

Figura 18 Entrega de Manual para redes sociales



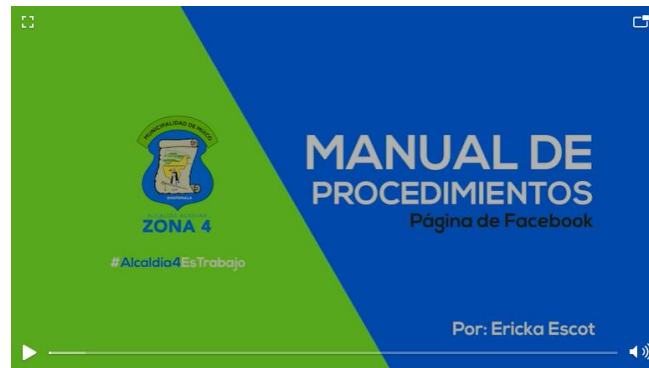
Fuente: Elaboración propia



3.5 Ejecución Capacitación

Objetivo de la actividad	Actualizar al personal con nuevos conocimientos que tiene la red Social <i>Facebook</i> .
Medio utilizado	Video de capacitación, conteniendo las mecánicas a seguir de acuerdo al manual entregado. Esta capacitación les servirá cuando se necesite desarrollar una actividad o botones de acuerdo con los objetivos planificados en cada fase.
Área geográfica de impacto	Está área beneficiará a la persona encargada de <i>Facebook</i> y alcalde auxiliar, ya que con un buen manejo de las aplicaciones de <i>Facebook</i> , la alcaldía tendrá un reconocimiento exitoso.
Presupuesto	Q 6,000.00
Comprobación de material	Captura de pantalla del video que se realizó como capacitación para los miembros de la Alcaldía Auxiliar.

Figura 19 Capacitación en Video



Fuente: Elaboración propia



3.4 Actividades y calendarización:

Tabla 18

Cronograma de Gantt	Marzo			Abril				
Actividades	Semana	22 al 26	29 al 31	1 al 2	5 al 9	12 al 16	19 al 23	26 al 30
Diagnostico								
Realización de encuestas por Facebook								
Realización de encuetas a vecinos de la zona 4								
Intepretación de entrevistas y encuestas								
Construcción del Diagnostico								
Entrega de Diagnóstico								

Fuente: Elaboración propia

Tabla 19

Cronograma de Gantt	Mayo						Junio				
Actividades	Semana	3 al 7	10 al 14	17 al 21	24 al 28	31	1 al 4	7 al 11	14 al 18	21 al 25	28 al 30
Plan Estratégico de Comunicación											
Entrega de diagnostico para sus respectivas correcciones											
realización de correcciones de Informe											
Presentación de diagnostico al supervisor y alcalde											
Elaboración del Plan de Comunicación											
Entrega de Plan Estrategico de Comunicación											

Fuente: Elaboración propia

Tabla 20

Cronograma de Gantt	Julio		
Actividades	1 al 2	5 al 9	
Plan Estratégico de Comunicación			
Elaboración del Plan de Comunicación			
Entrega de Plan Estrategico de Comunicación			

Fuente: Elaboración propia



Tabla 21

Cronograma de Gantt	Semana	Agosto				Sep		
		2 al 6	9 al 13	16 al 20	23 al 27	30 al 31	1 al 3	7 al 10
Ejecución de la Estrategia								
Entrega de Guía No. 3								
Analizar cronograma para sus actividades y publicaciones en redes								
Elaboración de post para publicar en la página de Facebook								
Investigar las diferentes herramientas que se puedan adaptar a las aplicaciones de Facebook, WhatsApp e Instagram								
Elaboración e impresión de manual								
Capacitación								
Entrega de informe Ejecución de la Estrategia								
Entrega de informe completo de EPS								

Fuente: Elaboración propia



Conclusiones

Con la ejecución y el diagnóstico que se le realizó a la Alcaldía Auxiliar de la zona 4 de Mixco, se llegó a las siguientes conclusiones.

Los canales de comunicación que utiliza la Alcaldía Auxiliar para interactuar con los vecinos, es la plataforma de *Facebook*, por ser un medio masivo y que la dicha aplicación no genera ningún costo para su presupuesto.

Los procesos de comunicación que utiliza la Alcaldía Auxiliar con los vecinos son bajos ya que solo utilizan la página de *Facebook* y algunos afiches dentro de las instalaciones de la alcaldía.

Las debilidades que posee la Alcaldía Auxiliar de la zona 4 de Mixco, es que no interactúan con los vecinos cuando les solicitan información de algún curso o información general, no poseen un departamento de comunicación social para que los oriente en estrategia de relaciones públicas con el vecino.

Tienen que fortalecer su comunicación externa con el vecino, generando nuevos contenidos para su página de *Facebook*, actividades utilización de distintas herramientas que proporciona la aplicación para optimizar el tiempo del recurso humano de la Alcaldía Auxiliar.

Realizar periódicamente videos cortos para alimentar su página de *Facebook*, la combinación de audio y video atraen la atención del usuario más si son fotos o videos reales de los productos que se está promocionando.

Se detecto el bajo interés de recibir capacitaciones por parte de las autoridades de la Alcaldía Auxiliar, siendo esta una estrategia de gran importancia para tener un personal capacitado en el puesto que desempeña.



Recomendaciones

- a) Contratar a asesoría de una agencia de publicidad o de *marketing* digital, para que les imparta capacitaciones sobre los avances de las diferentes aplicaciones en redes sociales.
- b) Implementar el calendario editorial y de actividades, para tener mejor control en la solicitud de materiales, seguimiento de artes, inserción de publicaciones, para que las redes ofrezcan contenido de calidad y el vecino esté informado y actualizado.
- c) Crear actividades con base en objetivos específicos de acuerdo con sus necesidades, para que se aproveche la interacción con el vecino y la Alcaldía Auxiliar pueda ser posicionada fácilmente.
- d) Interesarse por capacitaciones ya que con estas se puede actualizar de los temas que son tendencia, y que de alguna forma ayudan para la fidelización de la Alcaldía Auxiliar con el vecino.
- e) Implementar una línea de *WhatsApp*, para que el vecino tenga mayor accesibilidad de consultar sus dudas, a través de esta línea, con esto ayudaran a las personas que por factor tiempo trabajo o disponibilidad les es más rápido consultar un *chat*. Y cuando fallen las líneas telefónicas los vecinos tengan una forma de comunicación.
- f) Se recomienda que se comiencen a tener otras aplicaciones de redes sociales para que puedan expandirse, en otros medios con público masivo.



Referencias

- Achaerandio, L. (1995). *Iniciación a la Práctica de la Investigación* (Vol. 6, págs. 16-33). Guatemala: URL.
- Castro Marquez, F. (2,003). *El Proyecto de Investigación y su Esquema de Elaboración* (Vol. Segunda Edición). Venezuela Caracas: Uypar.
- Figuroa (2017) *Módulo Mi municipio y mi responsabilidad ciudadana, Alcaldía Auxiliar de la zona 4 de Mixco*. Guatemala Usac, Facultad de Humanidades Departamento de Pedagogía.
- García L(2011) *El Proceso de capacitación, sus etapas e implementación para mejorar el desempeño del recurso humano en las organizaciones*.
- Hernández Sampieri, R., Carlos, F. C., & Pilar Bautista, L. (2,010). *Metodología de la investigación*. México: Editorial Mexicana 736.
- Kerlinger, F. (1983). *Investigación del Comportamiento*. En *Técnicas y Metodologías*. México : Interamericana.
- Lemus Hernández, R. (2,000). *La Investigación en la Comunicación Organizacional* (Vol. 47). Guatemala: Coelcción Cultura y Escuela N. 47.
- Luna Gonzalez (2016) *Plan Estratégico de Negocios México* Primera Edición Ebook.
- Mèrida González (2,020). *Manual para Elaborar y presentar la Tesis*. Guatemala
- Meza & Rota (1,980). *Comunicación Institucional* . México: Primera Edición.
- Ponce Talancón, H. (2,006). *La matriz FODA: una alternativa para realizar diagnósticos y determinar extrategias de intervención a la organización productiva y sociales*. Contribuciones a la Economía, 2.
- Rodriguez Pañuelas (2,010). *Métodos de Investigación*. Culican Sinaloa. Universidad Autónoma de Sinaloa.



E-grafias

Blog. (2020). *Mensajes masivos por Whatsapp*. Obtenido de <https://leadsales.io/enviar-mensajes-masivos-por-whatsapp/>

Blog (2021) *Como anunciar en Instagram*. Obtenido de <https://www.facebook.com/business/help/321843178515162?id=332010350818053>

Blog (2020) *¿Qué es Trello y cuál es su utilidad para una empresa?* Pingüino Digital Obtenido de [penguinodigital.com/blog/que – es Trello/](https://penguinodigital.com/blog/que-es-trello/)

Campos Donado. (2002). *La encuesta como técnica de investigación. Elaboración de cuestionarios y tratamiento estadístico de los datos (I)* obtenido de *La encuesta como técnica de investigación. Elaboración de cuestionarios y tratamiento estadístico de los datos (I)* (unidaddocentemfyclaspalmas.org.es)

Deisy Yáñez. (19 de mayo de 2020). *Enfoque de la investigación: tipos y características*. Lifeder. Recuperado de. <https://www.lifeder.com/enfoque/investigacion>

Francesc Olivares (2021) *Tipos de Comunicación Organizacional en la empresa* Blog

Freijeiro, S. D. (2010). <https://books.google.com.gt/>. Obtenido de <https://books.google.com.gt/>: <https://books.google.com.gt/>

Francesc Olivares Tipos de Comunicación Organizacional en la empresa Blog

Manual de Organización de la escuela de trabajo social de la Universidad de San Carlos de Guatemala. (2012).

Meza, A., & Patricia, C. (2,003 - 2009). *Desde la Investigación*. Recuperado el 2,003 - 2009, de Desde la Investigación: https://www.infosol.com.mx/espacio/Articulos/Desde_la_Investigacion/El-Diagnostico-Organizacional-elementos.html#.YIgeOqG73VJ

Mixco, Municipalidad de. (8 de 3 de 2,021). *Municipalidad de Mixco*. Recuperado el 2021, de <https://www.munimixco.gob.gt/filosofia-municipal/>

Mixco, Casa de la Cultura. (s.f.). *Página de la Municipalidad de Mixco*. Recuperado el 2021, de MuiMixco: <https://www.munimixco.gob.gt/antecedentes/>



Oliver, S. (2020). *Qué son los chatbots. El Universal*. Obtenido de

<https://www.eluniversal.com.mx/techbit/que-son-los-chatbots-para-que-se-usan-y-como-funciona>

Ronda P (2021). *Estrategia y su origen*, Obtenido <https://gestopolis.com/lun-concepto-de-estrategia>.

Torres A (2020). *Los 8 Elementos de Comunicación, características y ejemplos*. Obtenido de <https://psicologiaymente.com/cultura/elementos-de-comunicacion>

Toledo N(2016)*Población y Muestra Mexico*

Vasquez, R. (Dirección). (2018). *Cómo crear una encuesta en Facebook* [Película].

Vertice, P. (2007). *Comunicación Interna*. Virtual Vertice.

virtual.usac.edu.gt. (mayo de 2020). Obtenido de <https://virtual.usac.edu.gt/antecedentes/>

Yirda A (2021) *Definición de Comunicación* . Obtenido de <https://conceptodedefinicion>

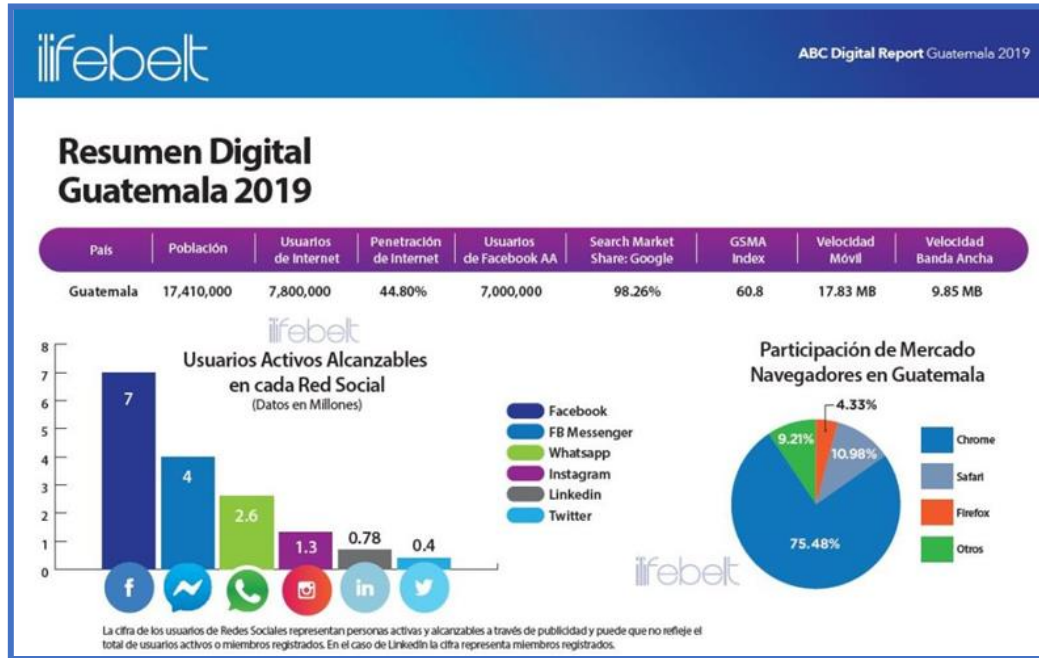


ANEXOS

Anexo 1 Vista de afuera y recepción de la Alcaldía Auxiliar de la zona 4 de Mixco



Anexo 2. Gráfica de Prensa Libre, participación de mercado de redes sociales



Anexo 3 Reunión autoridades de la Alcaldía Auxiliar de la zona 4 de Mixco, con estudiantes de EPS.





Anexo 4 Modelo de Encuestas que se realizaron a peatones de la zona.

	Estimado vecino, por este medio agradezco a la Municipalidad de Mixco y a la Alcaldía Auxiliar por el apoyo que me están dando a la realización de mi práctica profesional Supervisada (EPS) con mi proyecto sobre "Cómo se maneja la comunicación en dicha Alcaldía" les agradecería completar esta pequeña encuesta que me beneficiará en mi preparación académica. Gracias.			
1	¿Conoce el trabajo de la Alcaldía auxiliar en zona 4 de Mixco? SI NO			
2	¿Cómo se estera del trabajo de la Alcaldía auxiliar? FB Alcaldía auxiliar Publicidad de boca en boca Afiches de la Alcaldía otros			
3	¿Sabe que la Alcaclía tiene programas educativos que benefician al vecino? SI NO			
4	¿Participa en las actividades para vecinos de la Alcaldía auxiliar ? SI NO			
5	¿Cómo se enteró? Volantes Página FB de la Alcaldía auxiliar Página FB de la Municipalidad Central Afiche en la Alcaldía Visita presencial Publicidad de boca en boca			
6	¿Cuál es la razón) Falta de tiempo Falta de divulgación No le interesa			
7	¿Sabe usted que puede hacer trámites y pagos en la alcaldía? SI NO			
8	¿Sobre qué tema la gustaría recibir información ? AGUA ORNATO TRÁNSITO BASURA RECREACIÓN CURSOS			
9	¿Sabe el número de WhatsAps de la Alcaclia auxiliar? SI NO			
10	¿Qué medios utiliza para informarse o entretenerse? Televisión Television Radio Internet Nacional Cable Prensa FB Otro Volantes			



Anexo 5. Formato de encuestas en *Google Form*





Anexo 6. Presentación de resultados del Diagnóstico



Cotización

 **Mercipublic, S.A.**
 mercadeo • impresiones • publicidad
 El punto a su favor en la impresión
 E-mail: neghy@hotmail.com • Celular: 5296-6333

Imprenta ☒ **Litografía**
Promocionales ☒ **Serigrafía**
Mantas Vinílicas ☒ **Rótulos**
Diseño Gráfico ☒ **Sellos**

No. 1881 Guatemala, 9 de julio de 2021

**SEÑORES
 A QUIE CORRESPONDA**
 Presente

Atención Erica Escot

Por medio de la presente sometemos a consideración la siguiente **COTIZACIÓN:**

I MANUAL
 Tamaño Carta
 50 Hojas Interiores
 Impresos a Full Color
 Material Bond 80 gramos
 Solo Tiro
 Pastas
 Material Texcote 12
 Impresión a Full Color (solo tiro)
 Con Barniz UV Brillante
PRECIO TOTAL: Trescientos Treinta Quetzales. Q.330.00

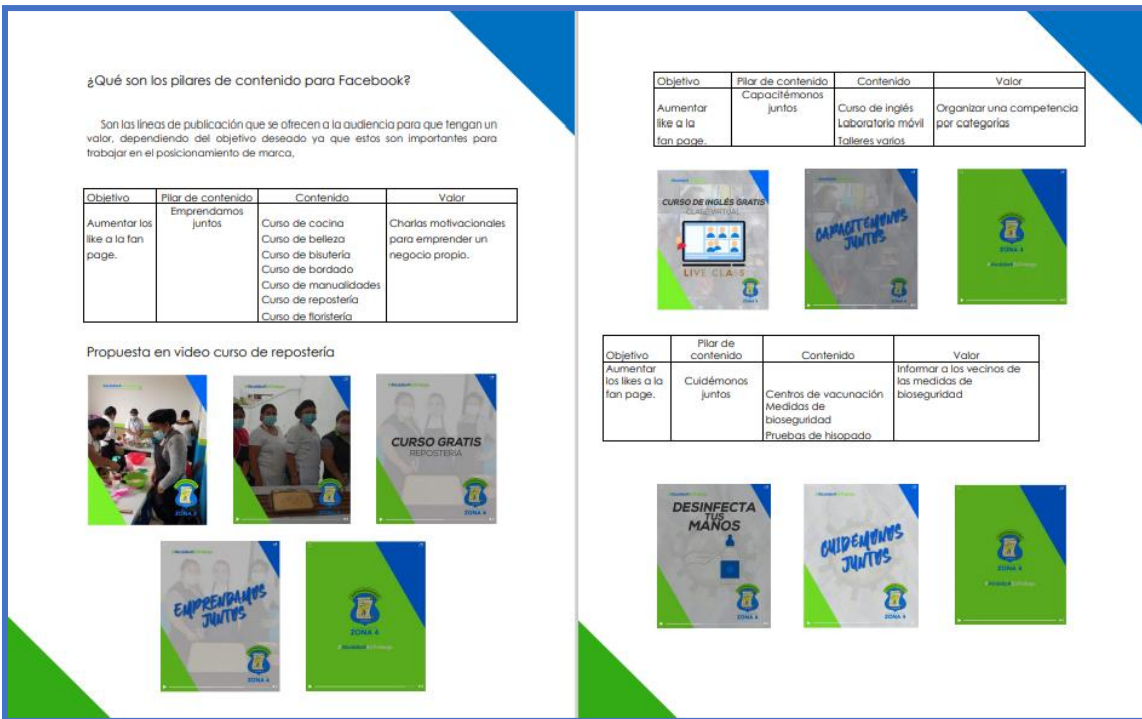
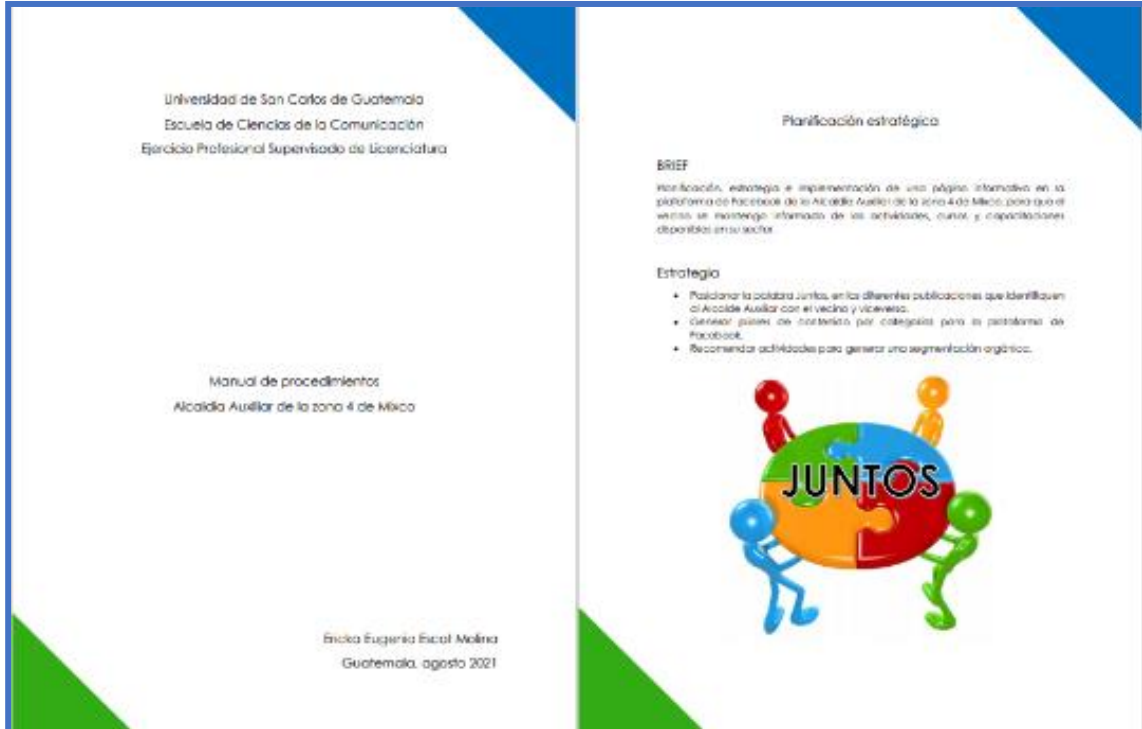
Los anteriores precios ya incluyen I.V.A. Tiempo de entrega dependiendo las necesidades del cliente.


 Lic. Neghy Espando García Peña
 Celular: 5296-6333





Anexo 7 Foto de la Manual para el manejo de redes sociales, de la Alcaldía Auxiliar de la zona 4 de Mixco.



Anexo 8. Manual para el manejo de redes sociales

Objetivo	Pilar de contenido	Contenido	Valor
Aumentar like a la Fan page.	Disfrutemos juntos	Plaza de sabor Entrevistas de agradecimiento Transmitir en vivo del lugar	Oportunidad laboral a los vecinos

En vivo

Para generar la segmentación orgánica se apoya en los "en vivo" de la plataforma de Facebook, estas transmisiones son en tiempo real, donde participen los vecinos invitando a visitar la "Plaza del sabor" como una de las actividades para generar tráfico y likes en la página.

A las primeros 5 respuestas de la dinámica se ganarán una piña loca.

Objetivo	Pilar de contenido	Contenido	Valor
Aumentar los likes a la Fan page.	Imagen de marca del Alcalde Auxiliar	Entrevistas de agradecimiento Alianzas estratégicas con otras páginas Imagen de marca del lugar.	Posicionamiento de Imagen del Alcalde Auxiliar.

Texto incluido en la entrevista

Les hacemos la cordial invitación a la Plaza del sabor en el Paseo de los Campeones, con variedad de comidas para todos los gustos. Agradecimiento al Arquitecto Valdez por darnos oportunidad de vender nuestros productos.

Alianzas estratégicas

Buscar páginas que generen contenido de interés para la zona, ejemplo - 10 La Gambeta del diez- con contenido de fútbol local. Tener un acercamiento para que sus transmisiones se compartan y generen tráfico en la fan page de la Alcaldía Auxiliar para dar apoyo a las necesidades de los participantes.

Imagen de marca

Es importante para un buen posicionamiento tener presencia en diferentes lugares donde se efectúen las actividades, destacando el logo de la institución en cualquier medio de comunicación, para que el vecino identifique a la Alcaldía Auxiliar como un ente que siempre está presente con apoyo y soluciones a las necesidades del vecino.

Ejemplo de presencia de marca Plaza del sabor

Banner Menú Volante



Anexo 9. Manual para el manejo de redes sociales

Recomendaciones

- Elaborar un presupuesto para cada actividad.
- Contratar asesoría de desarrollo de actividades
- Buscar personal de apoyo para hacer videos y postear publicaciones en la página.
- La Fan page debe tener un mínimo de 9 meses para posicionarse en la mente del cliente
- Tener la posibilidad de colocar a alguna persona para que responda los mensajes que ingresen a la página.
- Los mensajes deben ser claros y directos
- Crear actividades con base en los objetivos de cada etapa.

Manual de redes sociales



Por: Ericka Escot

Introducción

Este manual se creó con el objetivo de dejar a la Alcaldía auxiliar de la zona 4 de Mixco, algo práctico, breve, sobre el uso de distintas herramientas de las redes sociales a través de plataformas, como Facebook, Instagram y WhatsApp, para interactuar con los vecinos. Ellos eligen la aplicación que satisfaga sus metas deseadas.

En Facebook se encuentra la descripción y forma de aplicación para anuncios posteados, con ayuda de botones de llamada a la acción, dos formas de elaborar encuestas con la plataforma o por Google, destacar al empleado del mes y videos en vivo.

Para Instagram y WhatsApp, se recomienda empezar a utilizarlas para ampliar la cobertura de información sobre eventos, actividades y proyectos, porque la alcaldía no usa estas aplicaciones. Muchas personas y empresas están conectadas a estas redes más tiempo. Las empresas se favorecen para promocionarse, publicitarse, expandir su mercadeo.

1. ¿Qué es marketing digital?

Es la aplicación de estrategias de comercialización utilizando medios digitales. Es un sistema para vender productos y servicios a un público seleccionado que utiliza Internet con herramientas estratégicas, congruente con el programa de marketing propio.



2. Herramientas de Facebook

2.1 Botones de llamada de acción

Un anuncio promociona el botón de llamada a la acción en la página de cada usuario, para animar a las personas a efectuar un hecho relevante para la empresa. Si se agrega el botón "Más información" motiva al público a solicitar más datos importantes.

El anuncio de llamada a la acción que promociona el botón "Más información" da cobertura a un público más amplio. Otros botones que puede utilizar la alcaldía auxiliar son: Llama, Contáctanos, o Regístrate, porque agilizan la comunicación, publicidad, de la Alcaldía auxiliar de la zona 4 de Mixco, más rápido para llamar la atención de los vecinos, que soliciten información sobre cursos, actividades, otros.



PASO 1
Elige el tipo de botón



PASO 2
Llena la información requerida



PASO 3
Guardar

LISTO

Anexo 10. Manual para el manejo de redes sociales

Facebook Live

Es una herramienta que retransmite videos de forma pública o restringida a contactos de Facebook, en directo o diferido. Al finalizar la emisión, da la oportunidad de volver a verlo, muestra las reacciones y comentarios en directo. Es una buena herramienta para la Alcaldía para darse a conocer e interactuar con los vecinos de forma más cercana.

Efectuar nuevas actividades, como 5 preguntas 5 respuestas. La mecánica es insertar en la plataforma de Facebook, una encuesta para preguntar a los vecinos sobre los trabajos que benefician a la comunidad. Se contestan en un Facebook live, cada 15 días, se repite. Esto ayuda a la Alcaldía a adquirir credibilidad ante el vecino.

Encuestas en Facebook

Son herramientas que permiten conocer las opiniones de un círculo social sobre diversos temas, para uso personal y profesional. Se elaboran en páginas personales o de empresa, en Facebook.



Anexo 11 *Post* para publicar en la Plataforma de *Facebook*.

Distanciamiento social

Guarda tu distancia y evita las aglomeraciones

MUNICIPALIDAD DE PUNCO
ALCALDÍA AUXILIAR
ZONA 4

Cursos gratis

Belleza - Cocina - Repostería - Música
Manualidades - Floristería - Blancos
Cheerleader - Inglés - Gimnasia

Para más información acércate a la Alcaldía Auxiliar o llama al 2307-7343

MUNICIPALIDAD DE PUNCO
ALCALDÍA AUXILIAR
ZONA 4



Anexo 12. Post para publicar en la plataforma de Facebook.

Cuidarnos en temporada de lluvia y covid

1.5m

Recuerda guardar tu distancia y usar mascarilla

Centros de vacunación en Mixco

<p>Pimera dosis MODERNA <small>*Registrados</small></p>	<p>MegaFrater zona 8, Mixco Parroquia Sagrado Corazón (Iglesia El Tesoro) 7ª. Avenida 1-82 Colonia El Tesoro, zona 2, Mixco Paseo de los Campeones 9a calle, 2da avenida zona 4, Mixco</p>
<p>Segunda dosis AstraZeneca <small>*Registrados</small></p>	<p>MegaFrater zona 8, Mixco Parroquia Sagrado Corazón (Iglesia El Tesoro) 7ª. Avenida 1-82 Colonia El Tesoro, zona 2, Mixco Paseo de los Campeones 9a calle, 2da avenida zona 4, mixco</p>

La vacunación es gratis, segura y voluntaria



Anexo 13 Post para publicar en la Plataforma de Facebook.

Lava o desinfecta tus manos



Lávate con abundante agua y jabón




Usa gel antibacterial con al menos 60% de alcohol

Lava o desinfecta tus manos constantemente




MUNICIPALIDAD DE MEXICO
ALCALDÍA AUXILIAR
ZONA 4

¿Por qué es importante seguir con medidas después de vacunarse?



- Las vacunas son excelentes reduciendo el riesgo de enfermarse grave o morir
- Aún cuando estés vacunado o vacunada, podrías contagiarte con el virus y transmitirlo
- Para evitar contagios y proteger a los que no están vacunados aún

La vacunación es gratis, segura y voluntaria



MUNICIPALIDAD DE MEXICO
ALCALDÍA AUXILIAR
ZONA 4



Anexo 14 Post para publicar en la Plataforma de Facebook.

MUNICIPALIDAD DE ZONA 4

RESPETA
Los protocolos de bioseguridad

- ➕ Al ingresar tómate la temperatura
- ➕ Aplicate gel
- ➕ Respeta el distanciamiento social
- ➕ Utiliza los lugares sin marca
- ➕ Utiliza los espacios marcados para ir de pie

¿Por qué nos tenemos que vacunar?

- Para contribuir con la disminución de contagios del covid 19
- Para proteger a las personas con factores de riesgo
- Para limitar las consecuencias sanitarias y económicas de la pandemia

Regístrate según tu fase en vacuna.gob.gt

La vacunación es gratis, segura y voluntaria

MUNICIPALIDAD DE ZONA 4



Anexo 15 Post para publicar en la Plataforma de Facebook.

Plaza del Sabor

- Churrascos
- Pollo asado
- Chicharrones
- Carnitas
- Shukos
- Comida típica

Domingos 7 am - 5 pm
Paseo de los Campeones frente a Alcaldía Auxiliar
ZONA 4

Plaza del Sabor

Churrascos - Pollo asado
Chicharrones - Carnitas
Shukos - Comida típica

Domingos 7 am - 5 pm
Paseo de los Campeones frente a Alcaldía Auxiliar
ZONA 4



Anexo 16 Cápsulas publicados en la página de la Alcaldía Auxiliar de la zona 4 de Mixco

Alcaldía Auxiliar Zona 4 de Mixco
25 ago. • 🌐

Si te proteges, proteges a los tuyos.

#Alcaldia4EsTrabajo

DESINFECTA TUS MANOS

MUNICIPALIDAD DE MIXCO
ALCALDÍA AUXILIAR
ZONA 4

Enviar mensaje

Alcaldía Auxiliar Zona 4 de Mixco
3 d • 🌐

¡Si te proteges, proteges a los tuyos!

#Alcaldia4EsTrabajo

Detengamos al **COVID-19**

1.5 metros

MUNICIPALIDAD DE MIXCO
ALCALDÍA AUXILIAR
ZONA 4

Enviar mensaje



Anexo 17 Cápsulas publicados en la página de la Alcaldía Auxiliar de la zona 4 de Mixco

Alcaldía Auxiliar Zona 4 de Mixco 26 ago. •

¡Cúdate y así cuida a los tuyos!

#Alcaldia4EsTrabajo

Vacúnate

MUNICIPALIDAD DE MIXCO
ALCALDÍA AUXILIAR
ZONA 4

Tú, Alfredo Castellanos v 3 personas más 1 comentario

Enviar mensaje

Alcaldía Auxiliar Zona 4 de Mixco 26 ago. •

¡Curso de bisutería impartido por DMM en la alcaldía auxiliar de zona 4!

¡Municipalidad de Mixco, trabajando por nuestra ciudad!

#Alcaldia4EsTrabajo

EMPRENDAMOS JUNTOS

MUNICIPALIDAD DE MIXCO

Enviar mensaje



Anexo 18 Cápsulas publicados en la página de la Alcaldía Auxiliar de la zona 4 de Mixco

Alcaldía Auxiliar Zona 4 de Mixco 30 may. •

¡2do Domingo de la Plaza del Sabor frente a la alcaldía auxiliar de Paseo de los Campeones, emprendimiento de vecinos para vecinos!

Tú y 65 personas más • 4 comentarios • 1 vez compartido

Me gusta Comentar Compartir

Enviar mensaje

Alcaldía Auxiliar Zona 4 de Mixco 1 d •

¡Todos los domingos frente a la Alcaldía Auxiliar Pasel de los Campeones!

#Alcaldia4EsTrabajo

PRINCIPALIDAD DE MIXCO

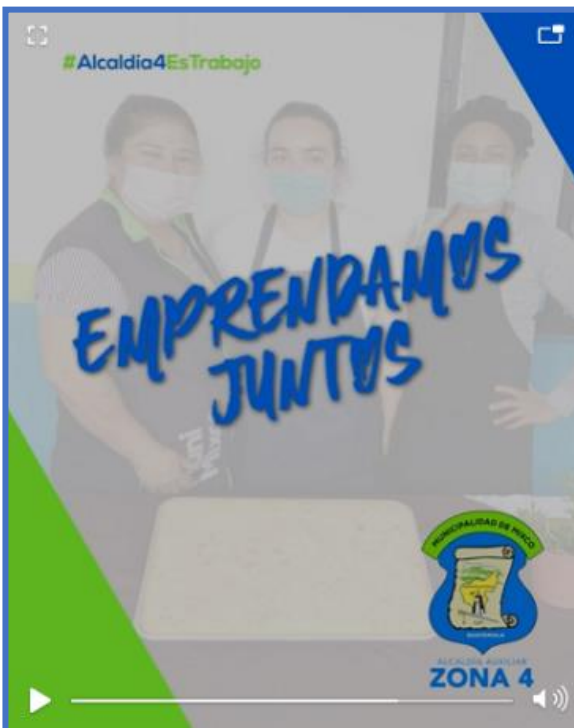
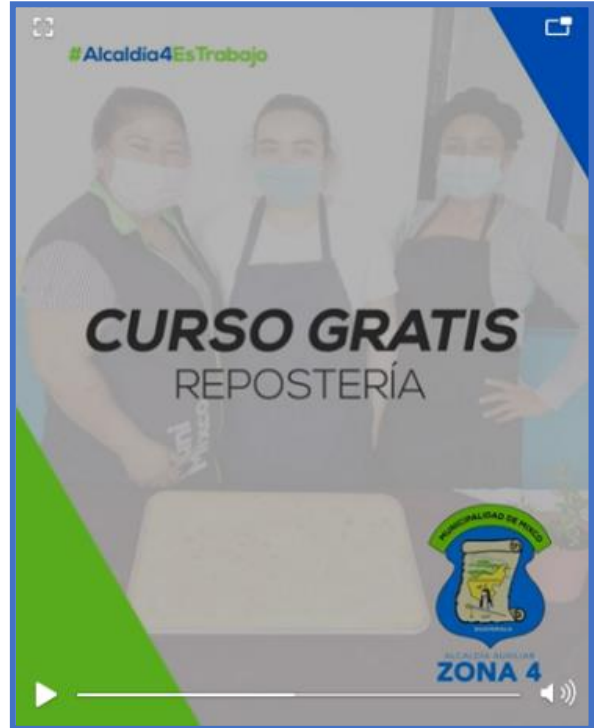
ALCALDÍA AUXILIAR ZONA 4

Enviar mensaje



Anexo 19 Cápsula pilar de contenido Emprendamos juntos







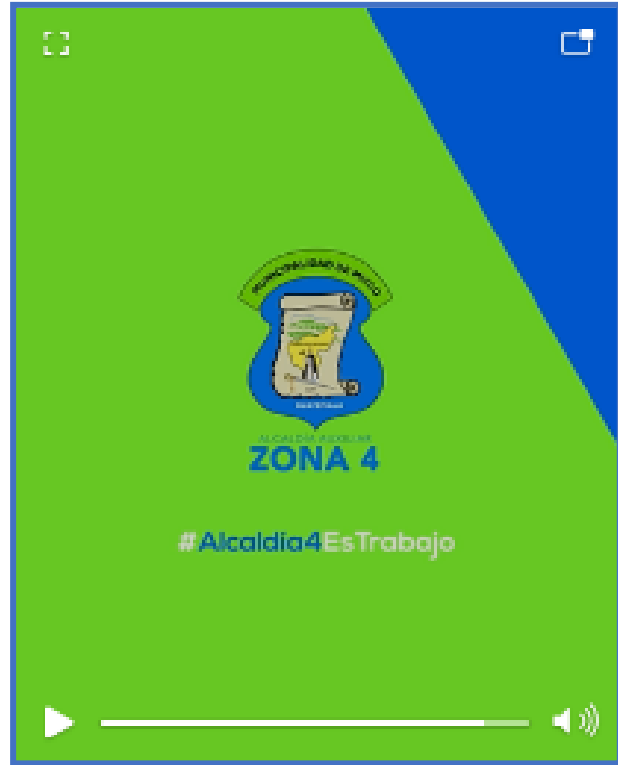
Anexo 20 Cápsula para impulsar el tráfico de personas en la Plaza del Sabor





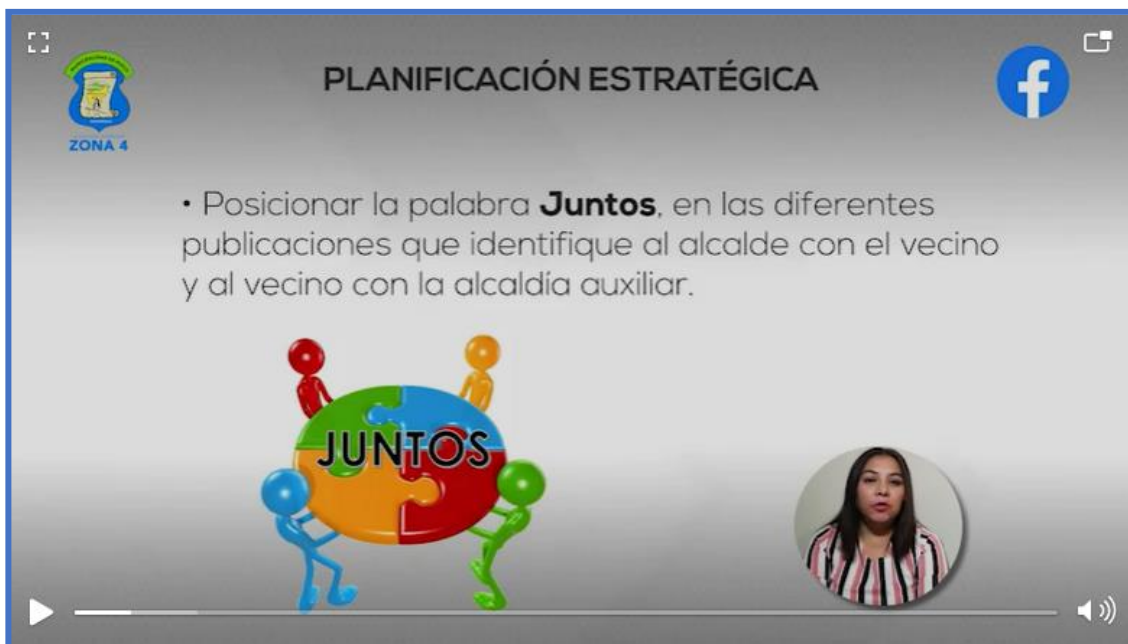
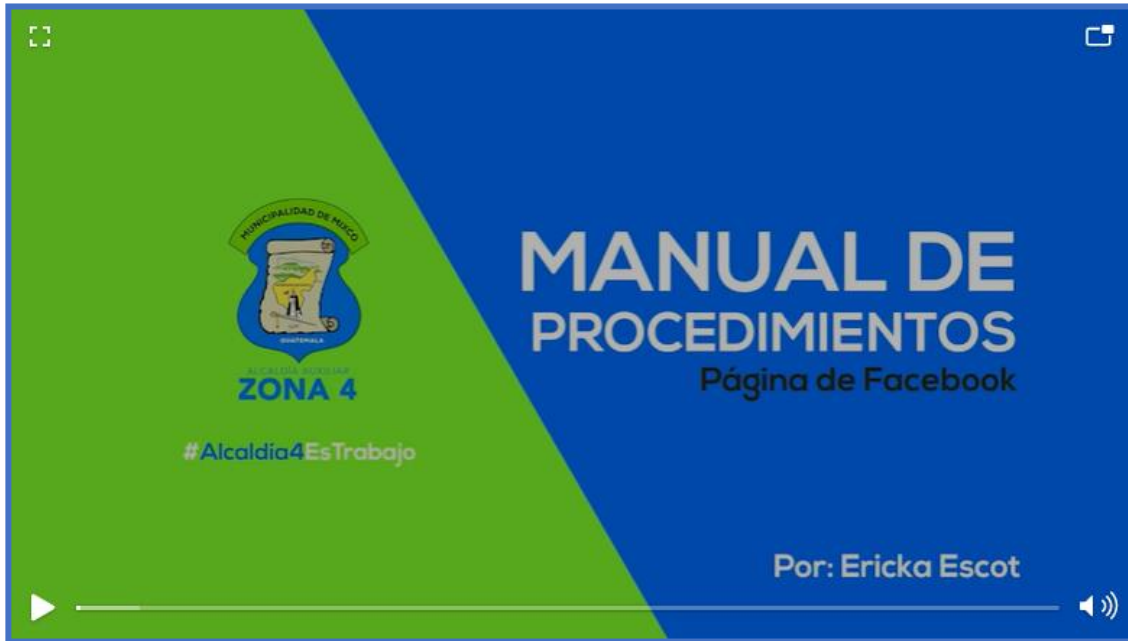
Anexo 21 Cápsula: Alumnas del curso de bisutería recibiendo su clase.







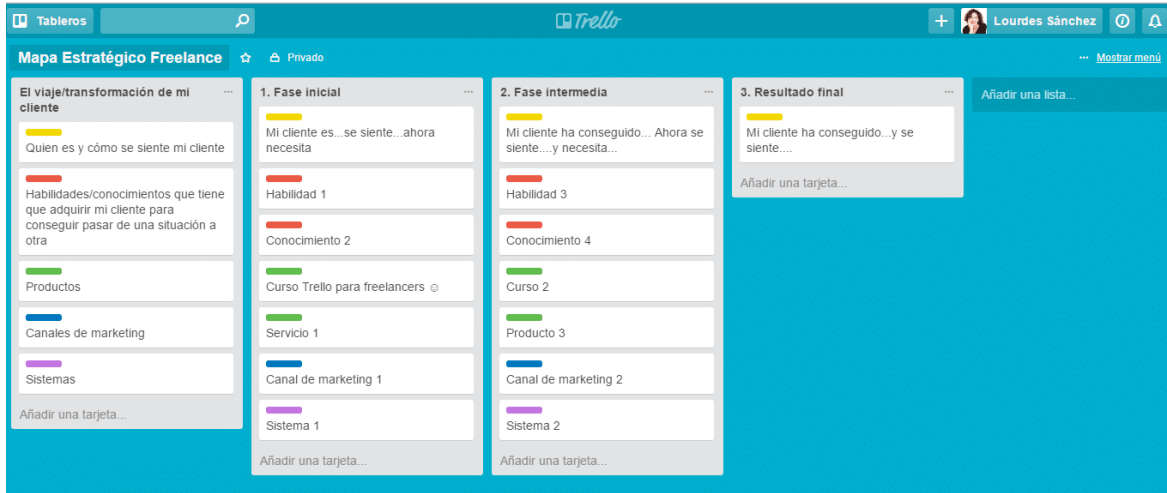
Anexo 22 Evidencia de capacitación virtual.



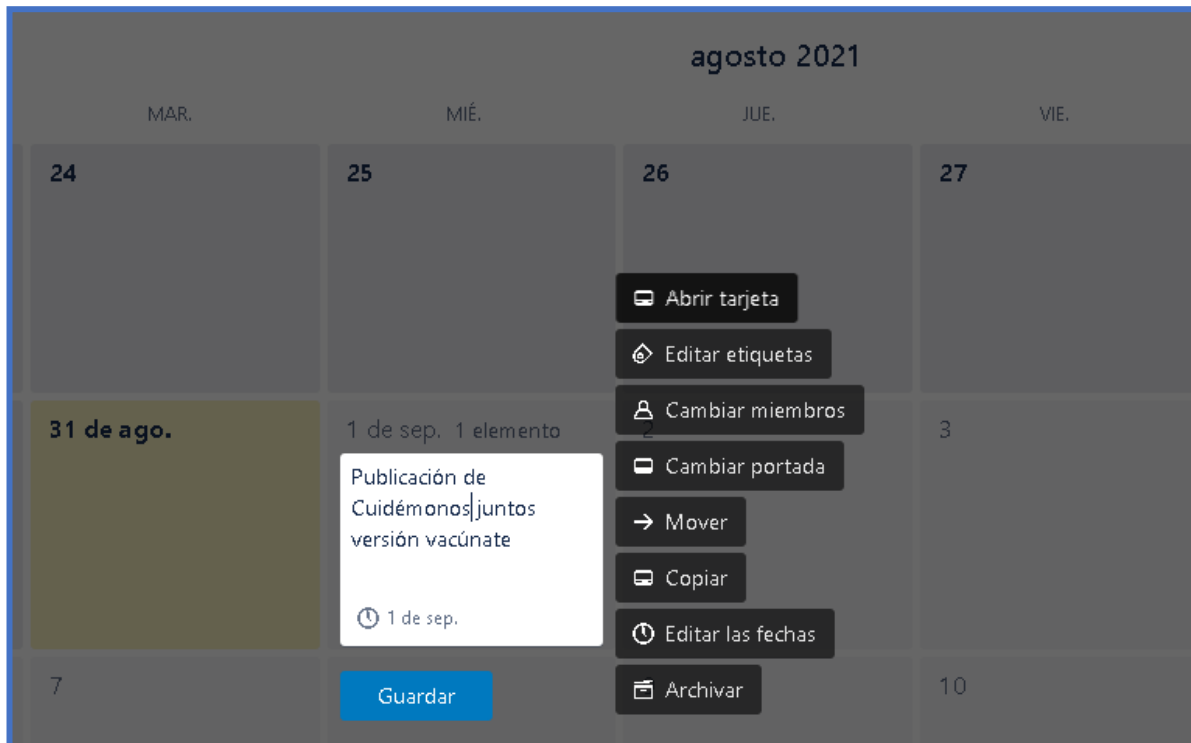




Anexo 23 Aplicación Trello



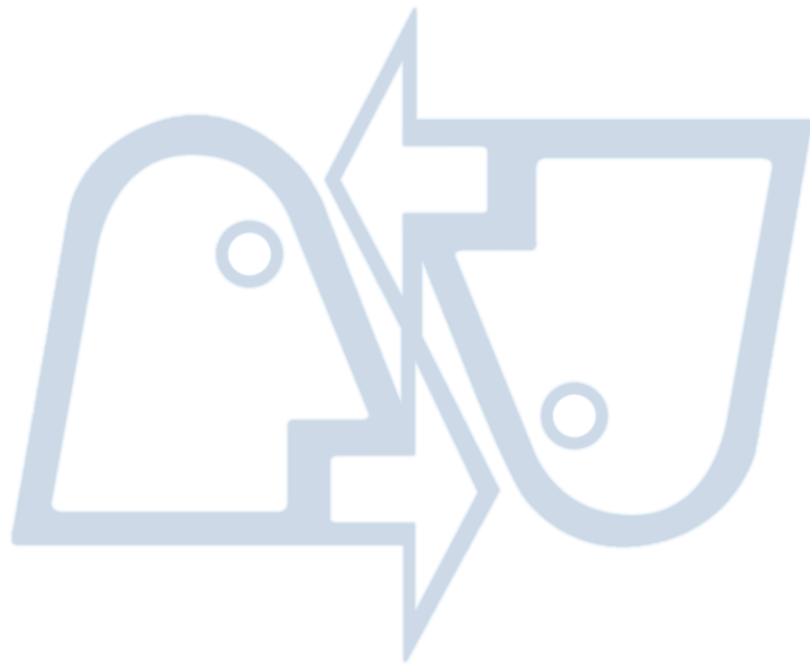
Fuente: Pinguino Digital





The screenshot shows a Trello calendar for September 2021. The calendar is organized by days of the week (LUN. to DOM.). Tasks and videos are listed in cards for each day. The 2nd and 3rd of September are highlighted in yellow.

LUN.	MAR.	MIÉ.	JUE.	VIÉ.	SÁB.	DOM.
23	24 1 elemento Curso de cocina fotografías	25 1 elemento Video Desinfecta tus manos	26 1 elemento Video Vacúnate	27 2 elementos Video emprendamos juntos repostería 1 Video bisutería	28 1 elemento Video Plaza del Sabor	29 1 elemento Video distanciamiento social
30 1 elemento Video distanciamiento social	31 de ago.	1 de sep. 1 elemento Videos Plaza del Sabor	2 2 elementos Video curso de Ingles Curso de Ingles	3 1 elemento Video de distanciamiento social	4 1 elemento Video la Plaza del Sabor 2	5



Comunicación
creando futuro