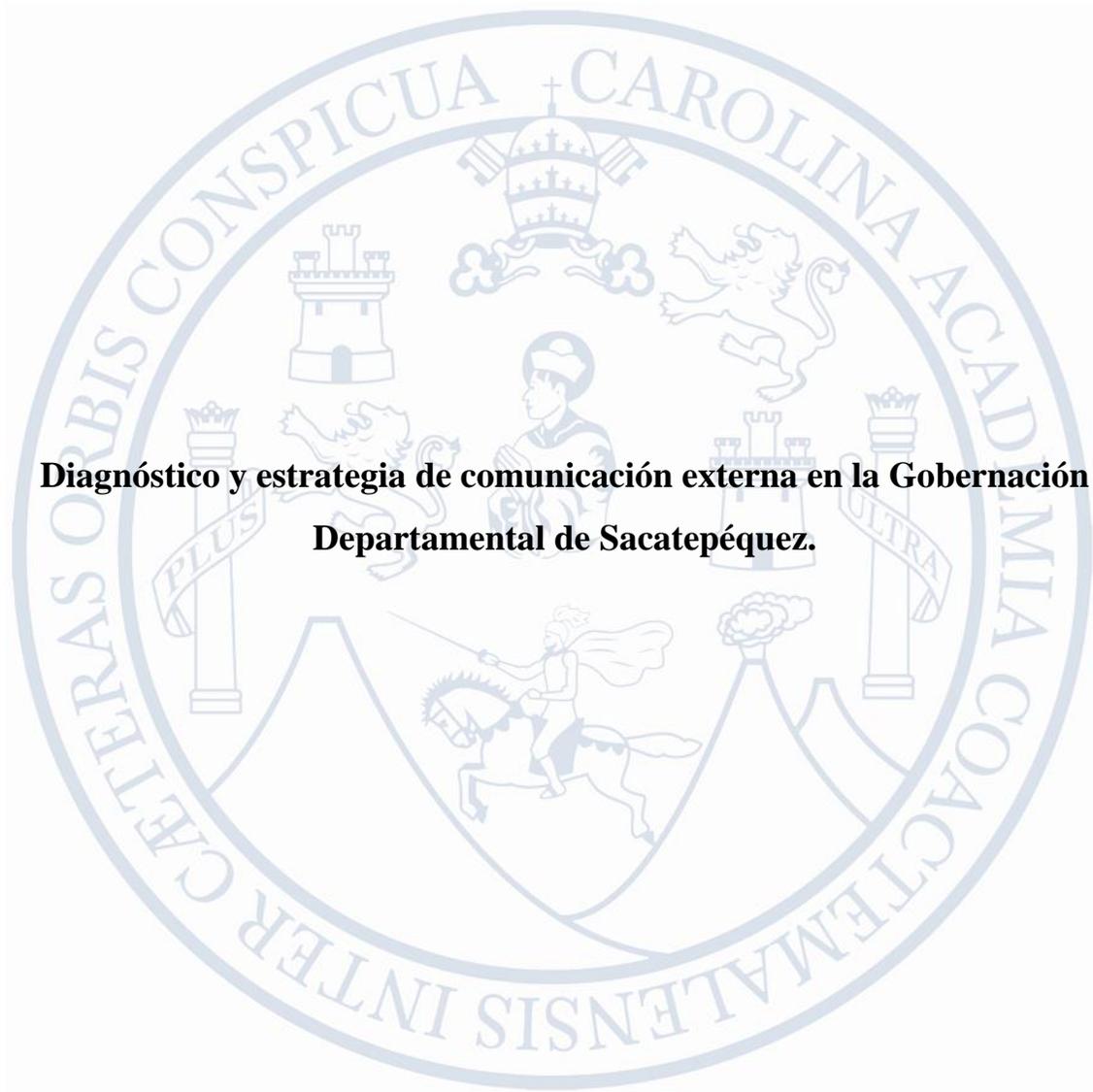


UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

Escuela de Ciencias de la Comunicación

Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura



**Diagnóstico y estrategia de comunicación externa en la Gobernación  
Departamental de Sacatepéquez.**

Julio Anibal Guamuch Gil

Licenciado en Ciencias de la Comunicación

Guatemala, octubre de 2021



Universidad de San Carlos de Guatemala  
Escuela de Ciencias de la Comunicación  
Ejercicio profesional supervisado

**Diagnóstico y estrategia de comunicación externa en la Gobernación  
Departamental de Sacatepéquez.**

Presentado por:

Julio Anibal Guamuch Gil

Previo a optar por el título de:

Licenciado en Ciencias de la Comunicación

Asesora:

Licenciada Krista María Ramírez

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

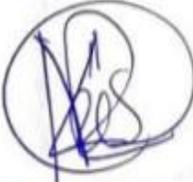
Estudiante de EPS de Licenciatura  
Julio Anibal Guamuch Gil  
Carné 201016446  
Presente.

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 en la Gobernación Departamental de Sacatepéquez”** 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:

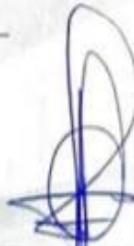


Liceciada. Krista Ramirez  
Supervisora

“ID Y ENSEÑAD A TODOS”



M.A. Evelyn Morazan  
Supervisora



Dr. José María Torres Carreón  
Coordinador





Guatemala 4 de marzo de 2021  
EPSL-C074

Doctor:  
Mynor López  
**Gobernación departamental de Sacatepéquez**  
Presente.

Distinguido Doctor López:

Por medio de la presente se solicita aceptar como practicante del programa de graduación del EPS de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, al estudiante **Julio Anibal Guamuch Gil**, carné no. **201016446** quién manifestó su deseo de hacer Práctica Supervisada en su institución, para el efecto se requiere lo siguiente:

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

Atentamente,

11/03/2021




**Dr. Mynor Ariel López M.**  
Gobernador Departamental de  
Sacatepéquez

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"



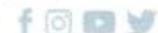

**Dr. José María Torres Carrera**  
Coordinador EPS Licenciatura en Ciencias de la Comunicación

cc. Archivo  
MA. Evelin Morazán

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

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

(502) 2418-8920





GOBERNACIÓN DEPARTAMENTAL  
DE SACATEPÉQUEZ

Of. 121-2021/MALH/apct

La Antigua Guatemala, 11 de marzo de 2021

Doctor

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

Estimado Dr. Torres:

Reciba un saludo cordial de la Gobernación Departamental de Sacatepéquez, deseándole toda clase de éxitos al frente de tan distinguido cargo.

Por medio de la presente me dirijo a usted, para hacer de su conocimiento que hemos autorizado al estudiante: **Julio Anibal Guamuch Gil**, con número de carné 201016446, de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala, para que lleve a cabo el Ejercicio Profesional Supervisado correspondiente a la carrera de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, en la Gobernación Departamental de Sacatepéquez. Debiendo cumplir 800 horas de práctica comprendidas en el periodo del 15 de marzo al 30 de agosto del 2021.

Sin otro particular, agradezco su atención a la presente.

Atentamente,



Dr. Mynor Ariel López M.  
Gobernador Departamental de  
Sacatepéquez



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



## Dedicatoria a:

**Mis padres:** Por crear las condiciones ideales para que pudiera llegar a la universidad y conseguir este título profesional.

**Mis hermanos y hermanas:** Porque su esfuerzo de muchos años me ayudó a poder tener las posibilidades de asistir a la escuela, desde la primaria hasta la universidad.

**Mi amiga Nancy:** Por haber sido mi compañera de fórmula casi desde el inicio de la carrera hasta concluirla.

**RETO USAC:** Por haberme dado la oportunidad de involucrarme en la política universitaria.

**REC:** Por haberme respaldado y acompañado durante una época oscura que viví en la ECC.

**Mis amigos de la ECC:** Mariam Escobar, Vicky Cobón y Mynor Torres, por haber estado incondicionalmente en mis proyectos políticos y académicos.

**Mis amigos de política estudiantil:** Tammy Díaz, Brayan Joj, Iván Porres, Guillermo Herrera y Erick González, por toda la confianza, ayuda y respaldo en estos trotes políticos.

**Las figuras ficticias de Satanás y Judas Iscariote:** Por haber sido mi escudo para poder vivir en este país cristiano, donde pensar y actuar diferente a esta religión es casi un delito.



## Agradecimientos

A la Universidad de San Carlos de Guatemala, mi Alma Mater, por haber sido la entidad que me formó como profesional.

A la Escuela de Ciencias de la Comunicación por haberme enseñado a amar la comunicación y por las prácticas en comunicación política que me dio.

Al docente Fernando Arévalo por haberme enseñado a ser un profesional y por su apoyo en mi examen privado de carrera técnica.

Al docente Jorge Molina por ser parte esencial en mi formación política comunicacional.

A los profesionales, Licda. Andrea Orozco, Lic. Esteban Arreola y Lic. Manoel Álvarez por haberme apoyado en mi trabajo de EPS.

A la Gobernación Departamental de Sacatepéquez por haberme abierto sus puertas y realizar mi práctica profesional en sus instalaciones.

Al gobernador de Sacatepéquez, Dr. Mynor López, Carlos Guachin, Wilder Martínez y Dr. Juan Carlos Barrios, por haber sido parte fundamental en mi EPS.



## Índice

Introducción.....	i
Antecedentes.....	ii
Justificación.....	iii
Capítulo 1 .....	1
1.1 Institución .....	1
1.2 Perfil Institución .....	1
1.3 Ubicación geográfica.....	2
1.4 Integración y alianzas estratégicas.....	5
1.5 Origen e historia.....	6
1.6 Departamentos o dependencias de la institución .....	7
1.7 Organigrama de la empresa .....	9
1.8 Misión .....	10
1.9 Visión.....	10
1.10. Objetivos institucionales.....	11
1.11. Público Objetivo .....	13
1.12. Diagnóstico .....	14
1.13. Objetivos Específicos .....	14
1.14. Tipos de investigación .....	15
1.15. Enfoque.....	17
1.16. Técnicas de recolección de datos.....	18
1.16.1 Observación.....	19
1.16.2 Documentación.....	21
1.16.3 Entrevista de profundidad.....	22
1.17 Interpretación de resultados .....	23
1.18 FODA.....	25
1.19 Problemas detectados.....	27
1.20 Planteamiento del problema comunicacional .....	28
1.21 Indicadores de éxito .....	28



1.22 Proyecto a desarrollar .....	28
Capítulo 2 .....	29
2. Plan estratégico de comunicación.....	29
2.1. Descripción técnica del Plan Estratégico de Comunicación.....	30
2.2. Misión .....	31
2.3. Visión.....	31
2.4. Elementos comunicacionales .....	31
2.5. Alcances y límites de la estrategia .....	34
2.6. Metodología para la aplicación de la estrategia comunicacional.....	35
2.6.1. Objetivo general y específico .....	36
2.6.3 Los indicadores para medir su cumplimiento .....	37
2.6.4. Los instrumentos .....	37
2.6.5. Actividades para la operatividad de la estrategia .....	38
2.7. Financiamiento.....	39
2.8. Presupuesto .....	39
2.9. Beneficiarios .....	39
2.10. Recursos humanos .....	40
2.11. Área geográfica .....	41
2.12. Cuadro comparativo de las estrategias .....	42
2.13. Cronograma del plan de comunicación .....	43
Capítulo 3 .....	44
3. Informe de la ejecución.....	44
3.1. Línea gráfica y material impreso. ....	44
3.2. Capacitaciones .....	47
3.3. Creación de manual de redacción .....	51
3.4 Actividades y calendarización .....	53
Conclusiones.....	54
Recomendaciones .....	55
Referencias .....	56
E-grafías .....	57
Anexos.....	60



## **Introducción**

En el siguiente trabajo encontrará una serie de pasos que ayudará a entender de forma sistemática cómo se llevó a cabo un diagnóstico comunicacional y un plan estratégico, en la Gobernación Departamental de Sacatepéquez. Se tuvo la oportunidad de asistir a las instalaciones de la institución desde el mes de enero, gracias a contar con medidas de prevención contra el Covid-19 adecuadas.

El trabajo se enfocó en la comunicación externa por la falta de visualizaciones en las redes sociales de la institución. La mayor parte del tiempo que se dedicó en las instalaciones se llevó a cabo en el departamento de comunicación, que trabaja de la mano con el departamento de informática, porque ambos se encargan de las redes sociales y las relaciones públicas del gobernador. Por esta razón, se tomó importancia el diagnóstico y el plan estratégico. Se buscó evidencias de la forma en que ambos departamentos se complementan y cómo pueden mejorar.

Por lo anterior, el diagnóstico comunicacional buscó identificar las áreas de oportunidad que existen en la institución, por medio de distintos métodos de investigación de acuerdo con el enfoque, ayudados por las técnicas para recolección de datos como la observación, documentación y entrevistas de profundidad; se tuvo los resultados y toma importancia el plan estratégico en varias acciones para mejorar las áreas de oportunidad.

Por último, lo que el investigador mostró en este trabajo son las áreas de oportunidad, se planteó el problema comunicacional, una hipótesis, posibles recursos que la institución pueda proveer para la solución del problema. Además, se planteó un nombre específico para el proyecto que se vaya a realizar dentro y fuera de la institución, si así lo requiriera. Y por los datos obtenidos. También se planteó planes estratégicos para resolver los problemas detectados, estos llevarán un cronograma para tener un orden y luego poder medir los resultados obtenidos.



## Antecedentes

En la Gobernación Departamental de Sacatepéquez no existieron antecedentes sobre algún trabajo académico o empírico sobre comunicación externa. Dicho esto, para realizar el siguiente diagnóstico comunicacional y plan estratégico se tomó como base algunos trabajos previos sobre comunicación externa en entidades nacionales ajenas a la Gobernación y extranjeras, con el fin de tener una guía académica ya ejecutada.

Por lo anterior, al analizar a la institución, el comunicador planteó la hipótesis de los posibles problemas y planea presentar estrategias de como poder mejorar las técnicas comunicacionales que ya poseían, como se explica a continuación.

El plan presenta objetivos en comunicación (alineados con los objetivos de la entidad) que cuentan con planteamientos estratégicos a los que se desea llevar a la organización implementando tácticas determinadas (actividades y materiales). Se buscó elaborar un plan funcional y efectivo, ejecutable y, sobre todo, que tenga continuidad. Del Águila, Virginia. (2015).

Los anteriores se deben tener en cuenta no solo durante el diagnóstico; sino también cuando se presenten las propuestas de estrategias comunicacionales.

Las estrategias deben tener un público objetivo, quienes son los consumidores del producto de la institución donde se llevó a cabo el diagnóstico, las estrategias fueron guiadas para obtener resultados cualitativos o cuantitativos, eso quedó a discreción del comunicador o de acuerdo con la necesidad de la institución. Es importante definir qué tipo de resultados se necesita obtener o si se buscan ambos tipos de resultados.

Una institución pública como una gobernación necesita de una comunicación externa óptima por varias razones, como las siguientes.

El mundo avanza y con éste las tecnologías, la comunicación, el mercado, la competencia, las estrategias que se implementan dentro de una organización, conocido como globalización que consiste en la comunicación e interdependencia entre los diferentes países del mundo uniendo los mercados, culturas, lenguas, entre otros. Jiménez, Jeraldyn. (2012).

Es por eso la importancia de llevar a cabo un diagnóstico y plantear estrategias y no permitir que las nuevas tecnologías hagan ver a las instituciones incapaces de mantener a su público objetivo.



## Justificación

La Gobernación Departamental de Sacatepéquez es una institución de renombre y de mucha importancia a nivel departamental y nacional, ya que es la representación directa del presidente en el departamento. La comunicación interna y externa deben ser de calidad óptima. En este trabajo el lector podrá apreciar el funcionamiento actual de la institución con el tema de comunicación externa y como mejorará para servir más y de mejor manera a la población de Sacatepéquez, por medio de los canales de divulgación.

Un diagnóstico comunicacional es necesario en cualquier institución pública o privada, sin olvidar que este debe ir acompañado de una estrategia, y se debe llevar a cabo cada cierto tiempo para identificar si se necesita mejorar en alguna área en específico o si las cosas se llevan a cabo de forma óptima, claro está, la comunicación como la tecnología están en constante cambio y se deben de reinventar para no quedar obsoletas de ninguna manera.

La institución mencionada cuenta con un departamento de comunicación y un comunicador que cuida la imagen de la institución y del gobernador, pero las herramientas que este posee no son suficientes, ya que carece de equipo adecuado y acorde a las nuevas tecnologías. Por tal razón la comunicación externa tiene que mejorar en temas tecnológicos, de redacción y relaciones públicas. Cabe mencionar que el gobernador como el comunicador están de acuerdo en los temas para mejorar. Eso hace más fácil trabajar un diagnóstico comunicacional y sus respectivas estrategias.

Se debe resaltar la importancia de la comunicación externa para la institución, teniendo en cuenta que es esta la que se encarga que los habitantes del departamento de Sacatepéquez conozcan las funciones de la Gobernación y los proyectos que esta llevan a cabo en los diferentes municipios del departamento. Por eso se necesita poseer un equipo de comunicación bien estructurado y que pueda llevar a cabo estrategias comunicacionales efectivas.



No debe olvidarse que la comunicación externa también se nutre de las alianzas que la institución posea con medios de comunicación, empresas privadas, fundaciones e instituciones del Estado que puedan ayudar a resaltar el trabajo de la Gobernación. La importancia de tener buenas relaciones públicas de parte de la institución y el señor gobernador con todas estas instituciones.

Por todo lo anterior y luego de haber llevado a cabo un diagnóstico comunicacional por más de 3 meses, se detectaron problemas y este trabajo los detalla. También detalla las estrategias a poner en práctica para mejorar las áreas de oportunidad detectadas. En todo momento se trabajó en la observación, documentación y entrevistas para poder buscar debilidades que luego se conviertan en fortalezas, de acuerdo con los objetivos, valores y misión de la Gobernación.



## Capítulo 1

### Diagnóstico de comunicación

#### 1.1 Institución

Gobernación departamental de Sacatepéquez.

#### 1.2 Perfil Institución

Institución pública que representa al presidente de la República de Guatemala en el departamento de Sacatepéquez, esta se encarga de coordinar el correcto funcionamiento de las entidades públicas que están en su jurisdicción, aprobar el techo presupuestario anual para cada municipalidad, promover que los servicios públicos sean de calidad para la población y también promueve el desarrollo en el departamento por medio del turismo, obras sociales e infraestructura.

Otras de sus funciones también es la de verificar el correcto empleo del presupuesto para cada municipio del departamento y auditar los avances de cada una de las obras presupuestadas, ya que funge como una extensión del gobierno central y esto provee de poder gubernativo a la entidad para solventar o mediar en cualquier acto que atente contra la ética, honorabilidad, seguridad y beneficios de los habitantes.

De esta cuenta, la Gobernación departamental es la responsable de convocar cuando fuese necesario a los 16 alcaldes del departamento, los diferentes representantes de la sociedad civil y las instituciones que trabajen en el mismo, si el presidente constitucional lo requiriese para alguna razón la presencia de los ya mencionados, la Gobernación es quien lidere estas reuniones.



### 1.3 Ubicación geográfica

San Pedro El Panorama Lotes 11 y 12c, Antigua Guatemala, Sacatepéquez, camino a Ciudad Vieja.

Gobernación Departamental de Sacatepéquez, como su nombre lo dice, es la entidad encargada de representar al presidente de la Republica en el departamento, está ubicado en la zona central del departamento para poder estar al alcance de cada uno de los 16 municipios.

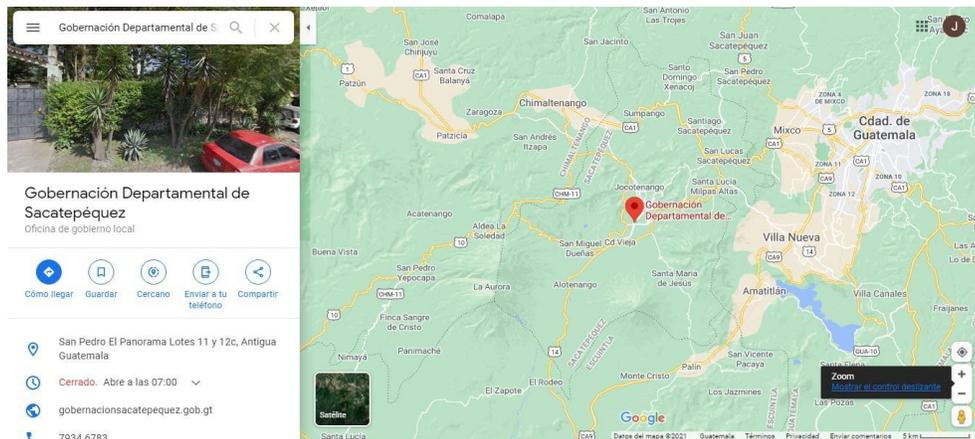


Figura 1  
Fuente: *Google Maps*

El departamento de Sacatepéquez es históricamente conocido por haber sido el lugar donde se fundó la capital de Guatemala durante el siglo XV, primero en la hoy conocida Ciudad Vieja, y luego en la Antigua Guatemala, que es actualmente la cabecera municipal del departamento. Ambos lugares dejaron de ser la capital del país por diferentes fenómenos naturales que destruyeron las edificaciones.

Sin embargo, aunque ambas ubicaciones ya no son la capital de Guatemala, algunos pobladores decidieron mantenerse en estos lugares. El departamento de Sacatepéquez en su mayoría es de la etnia Kaqchikel. El idioma materno al igual que el español y también se mantuvo la cultura, con sus coloridas indumentarias que varían en cada municipio, al igual que sus creencias religiosas, que se dividen entre el cristianismo y algunos que mantienen sus creencias sobre dioses Mayas.



Imagen 2

Fuente: [https://www.gifex.com/detail/2011-11-2214969/Municipios\\_de\\_Sacatepequez.html](https://www.gifex.com/detail/2011-11-2214969/Municipios_de_Sacatepequez.html)

El departamento de Sacatepéquez se encuentra en medio de la Sierra Madre. En dicho departamento se puede encontrar grandes montañas y 4 de los volcanes más emblemáticos del país, siendo estos: el volcán de Agua, el volcán de Fuego, el volcán de Pacaya y el volcán Acatenango, que son lugares que albergan a muchos turistas locales e internacionales, ya que 2 de los ya mencionados volcanes casi siempre están activos y por las noches iluminan el cielo.



El clima de Sacatepéquez es muy variado, ya que al norte del departamento se tiene al Cerro Alux, quien provee un clima frío y húmedo, con varios riachuelos y frondosos bosques; en el centro, el clima cambia y es más templado, y al sur, el clima es más cálido, esto por estar más cerca de la costa sur. Gracias a los diferentes climas en el departamento, es perfecto para la agricultura, por lo que muchos de sus pobladores tienen este oficio como la forma principal de sobrevivencia.

Por la variedad de su clima, sus atractivos naturales, su multiculturalidad y sus edificaciones antiguas, el departamento es muy concurrido por turistas nacionales e internacionales cada día, por lo anterior, el turismo también es una forma importante que ayuda al desarrollo de la población, y por eso se reconoce a este departamento como uno de los más visitados en el país.

El departamento cuenta con atracciones turísticas a nivel nacional y mundial, una de ellas es el festival de Barriletes Gigantes que es único en el mundo, este se lleva a cabo en el municipio de Santiago Sacatepéquez, que lleva más de 120 con esta tradición, al igual que Sumpango Sacatepéquez, que, aunque no lleve la misma cantidad de años, también cuenta con una forma singular para la elaboración de barriletes. Los dos municipios colorean los cielos cada 1 de noviembre.

Un dato importante para resaltar es que, gracias a sus grandes, amplias, estéticas e históricas edificaciones coloniales, dejadas por los españoles quienes invadieron América en el siglo XV, la ciudad de “La Antigua Guatemala fue reconocida como Patrimonio Cultural de la Humanidad por La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) en el año 1979”, La Antigua Guatemala. (2021, abril 14).



## 1.4 Integración y alianzas estratégicas

La Gobernación Departamental de Sacatepéquez, al mando del gobernador Mynor Ariel López Hernández trabaja de la mano del gobierno central de Guatemala, donde el jefe máximo es el presidente, Alejandro Giammattei Fallas, de quien recibe su financiamiento, además, trabaja en conjunto con los 16 alcaldes municipales del departamento, también con entidades como las siguientes:

- a) Ministerio de Gobernación de Guatemala (MINGOB)
- b) Ministerio de Salud Pública (MSPAS)
- c) Ministerio de Desarrollo Social (MIDES)
- d) Secretaria de Seguridad Alimentaria y Nutricional (SESAN)
- e) Ministerio de educación (MINEDUC)
- f) Dirección Departamental de Educación de Sacatepéquez (DIDECUC)
- g) Ministerio de Agricultura Ganadería y Alimentación (MAGA)
- h) Coordinadora Nacional para la Reducción de Desastres (CONRED)
- i) Ministerio de Ambiente y Recursos Naturales (AMIBENTE)
- j) Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor (DIACO)
- k) Policía Nacional Civil (PNC)
- l) Reservas Militares
- m) Municipalidades
- n) Consejos Departamentales de Desarrollo Urbano (CODEDE)
- o) Secretaría de Obras Sociales de la Esposa del Presidente (SOSEP)
- p) Unidad para la Prevención Comunitaria de la Violencia (UPCV)
- q) Instituto Guatemalteco de Turismo (INGUAT)

Las alianzas con estas instituciones son de forma y de fondo, que van desde temas políticos, de infraestructura, de educación pública y privada, para la preservación de sitios arqueológicos y naturales. La reducción de desastres sociales provocados por el clima o la geografía del departamento, de seguridad a la población, de agricultura, de economía, de seguridad nacional, de obras sociales, temas de desarrollo, de salud y turismo.

Las alianzas ya mencionadas son de gran importancia que le da el sentido a la Gobernación Departamental de Sacatepéquez, por ende, cualquier acción que se lleve a cabo en conjunto con una o varias de dichas instituciones, se manejan de manera interna y externa, ya que cada institución necesita presentar avances y conclusiones de lo que se haya hecho en el departamento.



Por otro lado, existen alianzas con embajadas como las de Israel, China Taiwán, Japón y otros. Con las embajadas ya mencionadas se trabajan diferentes proyectos con el fin de apoyar en el desarrollo de los diferentes municipios, así también, para preservar la cultura que tanto identifica al lugar, sin olvidar que históricamente, estos países son aliados políticos que siempre se han apoyado.



Figura 3

Fuente: Elaboración propia

## 1.5 Origen e historia

Los antecedentes históricos de lo que hoy conocemos como Gobernaciones Departamentales se remonta a la época Colonial, desde la fecha de fundación de la ciudad de Santiago de los Caballeros de Guatemala en 1,524 a la Independencia en 1,821, cuando se les denominaba Jefes Políticos a los hoy Gobernadores Departamentales.

Durante el Gobierno del General Justo Rufino Barrios, en 1879, según la Ley Orgánica del Gobierno Político de los departamentos, se les denominaba Jefe Político, sin embargo, con la promulgación del Decreto 227 Ley de Gobernación y Administración de los Departamentos, en el año 1946, se crea la Figura de Gobernador Departamental y la Institución Gobernación Departamental. Dicha Ley fue derogada por Decreto 114-97, Ley del Organismo Ejecutivo, el cual se encuentra vigente actualmente. Durante algún tiempo los Gobernadores desempeñaron el cargo de Intendentes de Hacienda.



A partir del año 1987, a los Gobernadores Departamentales, se les ha asignado también el cargo de Presidentes de los Consejos Departamentales de Desarrollo Urbano y Rural, con la creación de los Consejos Departamentales de Desarrollo, sin embargo con la firma del Acuerdo de Paz Firme y Duradera se puso fin al conflicto armado interno y se asumieron compromisos para superar las causas que le dieron origen, entre los cuales está la reforma de la Ley de los Consejos de Desarrollo Urbano y Rural, Decreto Número 52-87 del Congreso de la República, entrando en vigencia el -Decreto Número 11-2002 Del Congreso de la República de Guatemala, el que continúa vigente dentro del marco de la Ley del Organismo Ejecutivo Decreto 114-97 y la Ley General de Descentralización – Decreto Número 14-2002- y su respectivo Reglamento.

Los Gobernadores Departamentales representan al presidente de la República en cada departamento y son nombrados de conformidad con el Artículo 227 de la Constitución de la República de Guatemala. Gobernación Departamental de Sacatepéquez (15 de abril de 2021).

## 1.6 Departamentos o dependencias de la institución

Los departamentos existentes son los siguiente:

- a) Departamentos Financiero
- b) Departamento Jurídico
- c) Departamento administrativo
- d) Departamento de comunicación
- e) Departamento de informática



Personal permanente renglón 011, es el personal administrativo bajo este renglón es quien se encargan del área financiera, contabilidad, archivo, tesorería, recepción de documentos, inventario, archivo y recursos humanos, en total son 11 personas; luego existen 3 personas del área operativa, que son: el piloto, el conserje y el mensajero; por último, 11 personas más que conforman la Banda Departamental de Sacatepéquez.

Personal renglón 186 y 029, conformado por 8 personas, es quien solo presta servicios técnicos a la Gobernación Departamental de Sacatepéquez, por ende, no aparecen en el organigrama oficial, y es este personal quien se encarga de asistir al gobernador departamental de forma directa; entre ellos se puede mencionar a asesores, el comunicador, el técnico en informática, asistente del gobernador y secretaria de este.

En los departamentos de comunicación e informática, día a día se trabaja para mantener las redes sociales y la página web actualizada con información sobre los proyectos que se llevan a cabo en el departamento de Sacatepéquez, ambos departamentos trabajan en conjunto ya que se necesita edición de videos, audios, fotografías e imágenes para nutrir los diferentes canales de comunicación que posee la institución.



### 1.7 Organigrama de la empresa

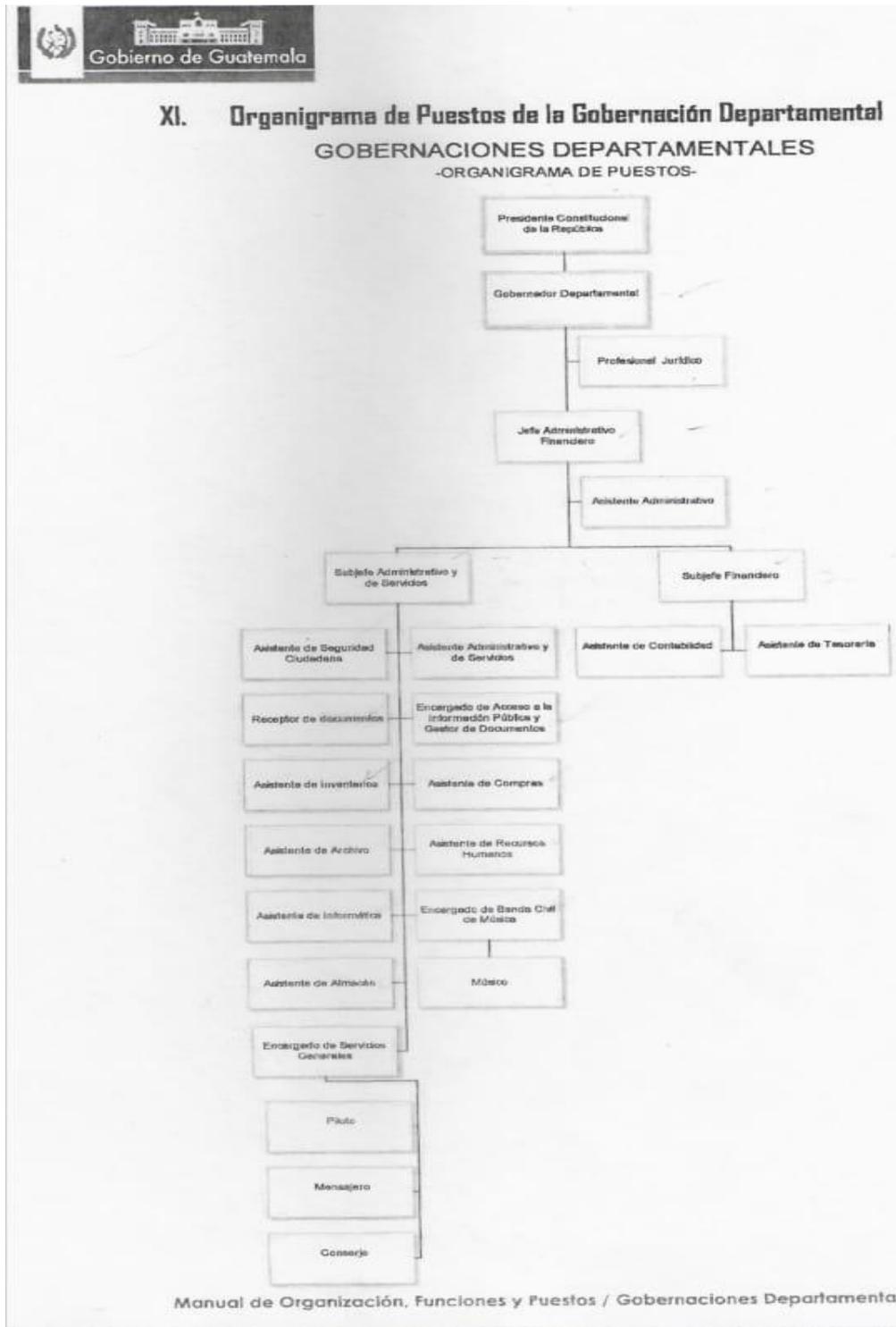


Figura 4

Fuente: Manual de Organización, Funciones y Puestos / Gobernación Departamental



## 1.8 Misión

La Gobernación Departamental de Sacatepéquez, es la institución de la Presidencia de la República y del Ministerio de Gobernación, responsable de coordinar la acción de las instituciones del Sector Público que operan dentro de su jurisdicción, así mismo velar porque los servicios públicos sean entregados a la población con calidad y oportunidad; también es la promotora del desarrollo del departamento y la armonizadora de la relación entre el gobierno central (Organismo Ejecutivo) y el municipal, sin perjuicio de la autonomía de este último. Gobernación Departamental de Sacatepéquez (15 de abril de 2021).

## 1.9 Visión

Ser el ente líder del sector Público, capaz de organizar la Administración Pública en su jurisdicción, así mismo racionalizar los sistemas y procedimientos de trabajo, otorgar las prioridades a los proyectos que viabilicen el desarrollo económico y social del departamento de Sacatepéquez.

Para el efecto, contará con una estructura organizacional técnicamente eficiente y eficaz, con liderazgo, para promover el desarrollo del departamento; a través de la coordinación efectiva de las diferentes instituciones gubernamentales desconcentradas o descentralizadas en dicho espacio territorial; con un sistema de planificación y de desarrollo institucional, que le permitirá formular políticas y estrategias que permitan agilizar los procesos, y orientar la asignación de los recursos de la manera más adecuada, en función de las demandas estructuradas y no estructuradas de la población. Gobernación Departamental de Sacatepéquez (15 de abril de 2021).



## 1.10. Objetivos institucionales

- a) Promover y velar por el desarrollo económico y Social del Departamento y su organización administrativa.
- b) Prestar servicios técnicos y administrativos con eficiencia, eficacia y transparencia, atendiendo los valores institucionales.
- c) Cumplir con las directrices y políticas del Organismo Ejecutivo y los demás Organismos del Estado, encaminados al bienestar de la población del departamento.
- d) Coadyuvar al buen funcionamiento del Aparato Estatal, coordinado la acción de las Instituciones Públicas presentes dentro de la jurisdicción del departamento.
- e) Desarrollar diferentes estrategias y actividades que contribuyan a una relación armoniosa entre las diferentes instituciones gubernamentales y los no gubernamentales, en beneficio de la población del departamento.
- f) Procurar en la jurisdicción del departamento, por la seguridad, tranquilidad y el orden público de la población, fomentando la participación de la sociedad civil.
- g) Impulsar, apoyar y dar acompañamiento a las acciones de prevención, regulación y control de protección del medio ambiente.
- h) Participar en la mediación y concertación de intereses, como primera instancia, en conflictos de tenencia de tierras, propiciando la búsqueda de soluciones justas y equitativas, que eviten la confrontación social.
- i) Propiciar e impulsar en el departamento, la operatividad de las políticas de descentralización.



- j) Vigilar el desempeño (deberes y acciones) de los funcionarios y empleados públicos, a fin de mantener la prestación oportuna de los servicios.
- k) Fortalecer el equipo de trabajo de la Gobernación Departamental.
- l) Planificar, organizar y ejecutar mecanismos que permitan brindar asesoría en las áreas administrativa y legal, tanto al personal que labora en la institución como a los usuarios.
- m) Tramitar y resolver con eficiencia y eficacia, las solicitudes de carácter administrativo que el usuario presenta ante la Gobernación Departamental.
- n) Fomentar los valores cívicos y las tradiciones en eventos oficiales, promoviendo el espíritu nacionalista, por medio de la administración y participación de la Banda de Música Civil.
- o) Velar por el estricto cumplimiento y transparencia de las disposiciones legales, en todos aquellos trámites administrativos relacionados con la extensión de licencias.
- p) Programar y coordinar visitas a los municipios y a sus comunidades, a efecto de mantener información fidedigna y actualizada sobre su estado situacional. Gobernación Departamental de Sacatepéquez (15 de abril de 2021).



### 1.11. Público Objetivo

El público objetivo es el comunicador, el encargado de la informática, la secretaria del gobernador, los asesores y el gobernador, ya que son quienes manejan las redes sociales, el servicio al cliente y la página web. Estas personas son quienes tienen la labor de viralizar la información, son quienes hacen que los proyectos donde el gobernador está involucrado de forma directa o indirectamente sean conocidos por toda la población del departamento de Coahuila.

La importancia de estas personas es trascendental, ya que por ser parte de la Gobernación Departamental de Coahuila y los encargados de las redes sociales, tienen contacto directo con las personas del departamento de forma virtual y presencial. Esa es la razón principal para enfocar el diagnóstico en el actuar de este equipo y de su forma actual de trabajar y relacionarse.

El público objetivo en un diagnóstico comunicacional no siempre es externo, también existe el público objetivo interno, que son conformados por quienes laboran en la institución:

“Lo que se prioriza fundamentalmente, con referencia a los públicos internos, es la formación o constitución del llamado “grupo empresa”, es decir, que la totalidad de los integrantes de la organización, desde el más elevado directivo o ejecutivo hasta los empleados de menor nivel jerárquico, constituyan un grupo, en el auténtico sentido de la palabra “grupo” a un conjunto de personas que poseen un objetivo común e interaccionan entre sí. Pero, es menester destacar que sólo merced a la comunicación puede establecerse el objetivo común, lo mismo que la interacción”.  
Titipopp.wordpress.com (5 de septiembre 2021).

Debido a lo anterior, el público objetivo para la comunicación externa puede ser empleados en quienes recae cierta responsabilidad, y en el caso de la comunicación, pueden ser los empleados que manejan la imagen del gobernador y la de la institución.



## 1.12. Diagnóstico

“El diagnóstico comunicacional nos permite construir un panorama completo de la situación organizacional, en el que identificamos los factores internos y externos relevantes para solucionar un problema de comunicación”. Ánimo Coaching & Comunicación (17 de abril de 2021). Dicho lo anterior, el diagnóstico es importante para cualquier institución pública o privada, ya que servirá para identificar posibles deficiencias comunicacionales que necesitan ser mejoradas para mantener una comunicación óptima y evitar barreras.

En esta investigación, se procedió a utilizar métodos, técnicas e instrumentos para identificar posibles deficiencias en la comunicación externa de la Gobernación Departamental de Sacatepéquez, por ende, el método utilizado fue el método deductivo, ya que va de la mano del enfoque cualitativo. Al seguir, el método mencionado, la observación y las entrevistas de profundidad a los colaboradores quienes manejan las redes sociales existentes y el servicio al cliente, fueron quienes proveyeron la información necesaria para identificar las áreas de oportunidad en la institución.

### Objetivo General

Evaluar la comunicación externa en La Gobernación Departamental de Sacatepéquez hacia la población del departamento.

## 1.13. Objetivos Específicos

- a) Analizar las redes sociales existentes en su funcionamiento y la calidad de los contenidos.
- b) Examinar el uso del equipo técnico en el departamento de comunicación.
- c) Establecer el manejo de las relaciones públicas del gobernador.



## 1.14. Tipos de investigación

a) Deductiva: Es el tipo de investigación que empieza con una premisa concluyente y el investigador necesita investigar hasta la raíz del problema. “Esta opción se trata de aquella orientación que va de lo general a lo específico. Es decir, el enfoque parte de un enunciado general del que se van desentrañando partes o elementos específicos”. Castillo, Brenda. (2020). Con este tipo de investigación el comunicador puede encontrar sus conclusiones dentro del mismo fenómeno, ya que necesita observar el funcionamiento de lo que se investiga, para entender el actuar actual del mismo.

Inductiva: Esta se diferencia de la anterior por los resultados que se buscan y obtienen, ya que basa la investigación en conclusiones y en porcentajes.

A diferencia del deductivo, este método va de los casos particulares a lo general. En este caso, se parte de los datos o elementos individuales y, por semejanzas, se sintetiza y se llega a un enunciado general que explica y comprende esos casos particulares. Castillo, Brenda. (2020).

Esto quiere decir que, al ver las individualidades del fenómeno a investigar, en cierto punto de la investigación se necesita estudiarlas en conjunto para poder concluir, de acuerdo con los datos obtenidos.

b) Explicativa: “Este nivel es el más complicado porque no solo describe y relaciona, sino requiere encontrar las causas de un fenómeno. Por ejemplo, el estudio de factores que determinan una mala comunicación entre adolescentes y padres”. Significados (21 de febrero de 2021). Tipos de investigación. Recuperado de <https://www.significados.com/tipos-de-investigacion/>. Para un comunicador, sin duda es una investigación que puede ser muy común, porque es el comunicador quien se ve sumergido en esos casos.



c) Descriptiva: Este tipo de investigación se centra en brindar información sobre el qué, el cómo, el cuándo y el dónde, no importando tanto el motivo.

Como su título lo indica, se encarga de describir las características de la realidad a estudiar con el fin de comprenderla de manera más exacta. En este tipo de investigación, los resultados no tienen una valoración cualitativa, solo se utilizan para entender la naturaleza del fenómeno. Significados (21 de febrero de 2021). Tipos de investigación. Recuperado de <https://www.significados.com/tipos-de-investigacion/>.

d) Exploratoria:

“Se utiliza cuando el objetivo de hacer una primera aproximación a un asunto desconocido o sobre el que no se ha investigado lo suficiente. Esto permitirá decidir si efectivamente se pueden realizar investigaciones posteriores y con mayor profundidad”. Significados (21 de febrero de 2021).

e) Monográfica: “La investigación monográfica es un proceso de búsqueda de información bibliográfica, de carácter expositivo que tiene por objeto demostrar los conocimientos que se investiga acerca de un tema concreto. Una investigación monográfica debe estar bien documentada, redactada y presentada”. Asesoramientoacademicount (22 de abril 2021).

f) Experimental: En este tipo de investigación se busca un resultado a base de diferentes acciones bajo ciertos parámetros, el investigador elige sus instrumentos científicos para obtener el resultado deseado. “Se trata de diseñar o replicar un fenómeno cuyas variables son manipuladas en condiciones controladas. El fenómeno por estudiar es medido a través de grupos de estudio y control, y según los lineamientos del método científico”. Significados (21 de febrero de 2021).

En el trabajo actual, se utilizó la investigación de tipo deductiva, ya que el enunciado principal es la comunicación externa de la institución en cuestión, de tal forma, se busca de manera minuciosa encontrar las áreas de oportunidad para mejorar la comunicación externa si así lo necesitara el departamento de comunicación de dicha institución, al mismo tiempo, también se busca ir de lo general a lo singular en el proceso comunicativo.



### 1.15. Enfoque

El enfoque es la perspectiva que el investigador utilizará para obtener una respuesta hacia una premisa, esta respuesta puede mostrar porcentajes como el enfoque cuantitativo, puede mostrar calidad como en el enfoque cualitativo o puede mostrar un enfoque mixto, que significa que habrá porcentajes y datos de calidad en la misma investigación, esto de acuerdo con lo que el investigador busque.

a) Cualitativa: “Para llevar a cabo esta investigación se necesita neutralidad para no caer en la calificación o parcialización de la investigación” R, Darwin (2021) Tipos de investigación científica. Esta no se mide con porcentajes como otras, la calidad es lo más importante con esta investigación, sin olvidar que no se debe emitir juicios personales y sus técnicas de recolección de datos, se basan en la entrevista y grupos de discusión.

b) Cuantitativa: A diferencia de la anterior, esta sí se basará en porcentajes y estadísticas, porque los resultados serán en números, por ende, se necesitan técnicas de recolección como las encuestas, entrevistas y graficas para poder analizarlas posteriormente. “El método cuantitativo asigna valores numéricos a los elementos del fenómeno estudiado, para así aplicar técnicas estadísticas o formales al resultado. Raffino, María Estela (2020).

c) Mixta: Esta en particular tendrá un poco de ambas, será cualitativa y cuantitativa al mismo tiempo, entonces, se obtendrán resultados numéricos y de calidad que podrán ser analizados posteriormente, de acuerdo con la necesidad del investigador en el estudio que lleve a cabo. “Es un proceso que recolecta, analiza y vierte datos cuantitativos y cualitativos, en un mismo estudio”. Salas, Danelly (2020).

En esta investigación se utilizó el método cualitativo, por medio de entrevistas de profundidad y grupos de discusión de forma presencial, esto con motivo de entender el correcto funcionamiento de la comunicación externa de la institución, por medio de sus redes sociales, páginas web y alianzas estratégicas con otras instituciones. Las técnicas anteriormente mencionadas, se llevaron a cabo durante los meses de febrero, marzo y abril.



## 1.16. Técnicas de recolección de datos

La recolección de datos durante una investigación es de suma importancia, las técnicas a utilizar guiarán las herramientas que el investigador use. Existen varios tipos de técnicas para recolectar datos, entre ellas podemos mencionar: la encuesta, la entrevista, la entrevista de profundidad, la observación y grupos de discusión. También existen herramientas que ayudan a las técnicas a recolectar los datos necesarios sobre el fenómeno a investigar, entre ellas están: el celular, cámara digital, computadora, notas y cuestionario.

Todo lleva un orden y un trabajo específico. “El momento de aplicar los instrumentos de medición y recolectar los datos representa la oportunidad para el investigador de confrontar el trabajo conceptual y de planeación con los hechos”. Hernández-Sampieri, Roberto. (2014). Como el autor anterior lo menciona en el texto superior, la planeación dará resultados cuando la recolección de datos se lleve a cabo, de igual manera se debe tomar en cuenta que tipo de enfoque tiene la investigación, ya que los resultados variarán entre resultados cualitativos, cuantitativos y mixtos.

En esta investigación se tomó el método deductivo con enfoque cualitativo para elaborar el diagnóstico comunicacional, ya que durante los meses de enero, febrero y marzo se obtuvo acceso a las instalaciones de la Gobernación Departamental de Sacatepéquez, al personal que allí labora y a las redes sociales existentes. Asimismo, el departamento de comunicación e informática brindó información sobre el proceso de redacción y viralización de las atribuciones de la institución en el departamento.

Durante los meses mencionados, se utilizaron diferentes técnicas para identificar los posibles problemas a resolver, entre ellas, se puede mencionar la técnica de la observación y la técnica de la entrevista de profundidad. El motivo fue que el enfoque de la investigación era cualitativo, entonces se necesitaba identificar la calidad del trabajo comunicacional dentro y fuera de la institución.



### 1.16.1. Observación

Es el acto de prestar atención sobre el fenómeno a investigar, la observación es diferente a ver, ya que la primera necesita que todos los sentidos estén atentos, sobre todo la vista, y el segundo solo se trata de mantener los ojos abiertos, sin tener una estructura o un objetivo específico.

Comúnmente, llamamos observación al acto de emplear la vista para obtener información a partir de un fenómeno de la realidad. Es una actividad común del ser humano y muchos otros animales dotados de distintos mecanismos de visión, que consisten en captar diversos tipos de radiación electromagnética (eso que llamamos luz). Raffino, María Estela (2020).

La observación como técnica se divide en varios tipos y será el investigador quien elija cuál será el que mejor se acopla para estudiar al fenómeno.

a) Observación directa: “Que se produce cuando el investigador está en contacto sin intermediarios con el fenómeno observado” Raffino, María Estela (2020). Este tipo de observación puede ser la técnica más productiva para el investigador. La razón principal es por estar personalmente en la entidad donde se investiga los fenómenos. Sin embargo, a nivel mundial se sufre una pandemia que limita el contacto humano, por esta razón, también se pueden utilizar otros tipos de observación.

b) Observación indirecta: en defecto de la anterior, la observación indirecta sería la mejor opción, ya que se puede llevar a cabo, abocándose con los textos o material audiovisual que la entidad posea. Deba apoyarse de la tecnología actual, como se explica: “En la que es imposible estar en contacto con el fenómeno, pero se lo puede observar a través de otros elementos cercanos o a través de su contexto. María Estela (2020).

Existen también observaciones cualitativas, cuantitativas, estructuradas, semiestructuradas, asistemáticas, semisistémicas, sistemáticas, participativas, no participativas, grupales e individuales. Todas estas parten de las dos que se mencionaron anteriormente, pueden llevarse a cabo de forma directa o indirecta, esto dependerá del investigador, del fenómeno o del contexto. Para los fines de este diagnóstico, se tomó la observación cualitativa, ya que se observó el funcionamiento de la comunicación externa de la Gobernación Departamental de Sacatepéquez.



c) Observación Cualitativa: “No es mera contemplación (“sentarse a ver el mundo y tomar notas”); implica adentrarnos profundamente en situaciones sociales y mantener un papel activo, así como una reflexión permanente. Estar atento a los detalles, sucesos, eventos e interacciones”. Hernández-Sampieri, Roberto. (2014). Este tipo de observación es el que se necesita si el enfoque de la investigación es cualitativo, si el investigador tiene claro el fenómeno a investigar.

Dado que se tuvo la oportunidad de llegar personalmente a la institución, se pudo observar de forma directa como el equipo de comunicación labora, esto ayudó a identificar que, durante los meses de enero, febrero y parte de marzo, la institución no contaba con un perfil en la red social *Twitter* ni *YouTube*. Además, no existe un manual de estilo de redacción de acuerdo con las redes sociales existentes (*fan page* en *Facebook* e *Instagram*).

También se observó que el personal en el departamento de comunicación es escaso, ya que el comunicador se apoyaba del encargado del área de informática. Cuando el gobernador departamental asistía a algún evento, reunión o citación, la misma persona que cubría el evento, debía regresar a la institución a editar, redactar y publicar lo acontecido en la actividad realizada.

Un dato más que se observó, fue que el departamento de comunicación carece de equipo, ya que la computadora que poseen no funciona de forma óptima, la cámara digital para tomar fotografías (no posee la opción de llevar a cabo transmisiones en vivo desde las redes sociales). El micrófono para realizar entrevistas, el trípode y el celular para comunicarse, son propios del comunicador, no de la entidad. Además, la velocidad del internet que poseen no permite que se puedan llevar a cabo conferencias, transmisiones en vivo o *webinars* por la baja velocidad que tienen para subir datos.



### 1.16.2 Documentación

La Gobernación Departamental de Sacatepéquez cuenta con un Manual de Organización, Funciones y Puestos Gobernaciones Departamentales, de allí se nutrió la página *web* para tener al alcance de la opinión pública, la visión, misión, objetivos, organigrama y valores. Cabe resaltar que este manual se creó en el año 2013 y luego de ese año ya no existió una nueva versión o actualización, más que la información en la página *web*.

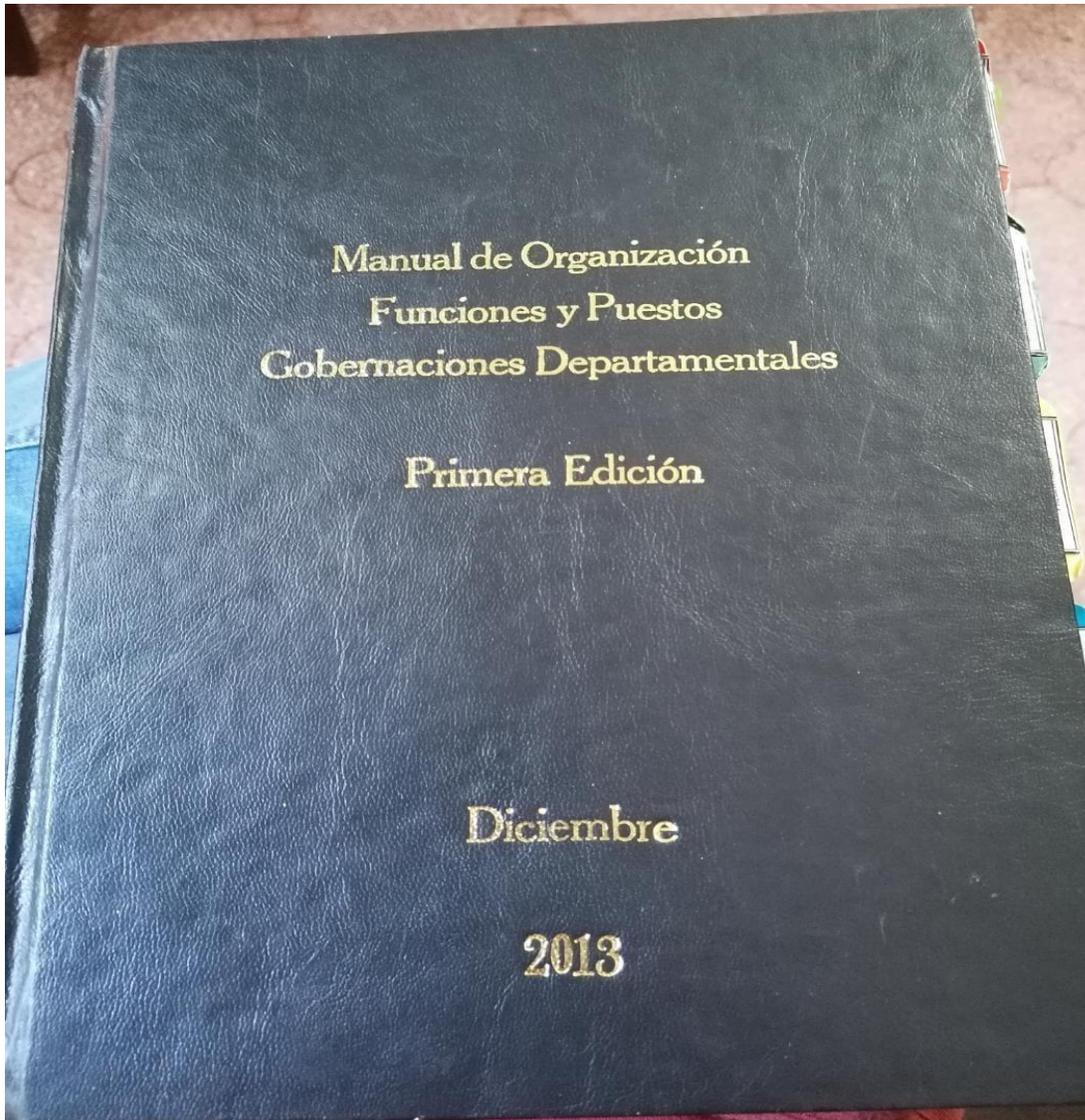


Figura 5

Fuente: Manual de Organización, Funciones y Puestos / Gobernación Departamental



### 1.16.3 Entrevista de profundidad

“Se pueden definir como una interacción y un diálogo entre dos personas, en la cual el investigador formula determinadas preguntas relativas al tema en investigación, mientras que el investigado proporciona verbalmente la información que le es solicitada”. Marketing que inspira (25 de abril de 2021). Esta técnica de recolección de datos tiene la particularidad de poder ser estructurada o semiestructurada, la idea es hacer sentir lo más cómodo al entrevistado para que este pueda proveer la información necesaria para nutrir el diagnóstico comunicacional.

Ya que el fenómeno a investigar es la comunicación externa, la entrevista de profundidad es necesaria en el enfoque cualitativo. Por esa razón se cuenta con una guía de pautas y un cuestionario de respaldo, porque las entrevistas se llevaron a cabo de forma semiestructurada a las personas involucradas de forma directa e indirecta en la comunicación de la institución. Asimismo, se explicó que las respuestas deberían ser lo más naturales posibles para evitar sesgos.

Luego de obtener los datos de las entrevistas, hubo varias constantes en las respuestas, una de las más importantes es la falta de equipo en la institución, y esto afecta de forma directa al departamento de comunicación; También se detectó la falta de personal en dicho departamento, ya que el comunicador debe cubrir eventos donde está involucrada la institución y luego regresar a la oficina para trabajar la edición, redacción y viralización del contenido.

Cuando se cuestionó sobre la razón de la falta de equipo, una de las respuestas recurrentes fue “no hay presupuesto” (Carlos Guachín, Comunicador). De igual forma, se cuestionó sobre la falta de personal en el departamento de comunicación y se obtuvo la respuesta “Wilder (encargado de informática y la página web) apoya a Carlos (comunicador) en ese departamento, entre los dos podrían”. (Mynor López, Gobernador departamental).



## 1.17 Interpretación de resultados

<b>Temas</b>	<b>Comunicador</b>	<b>Informático</b>	<b>Gobernador</b>	<b>Asesor</b>
<b>Comunicación externa</b>	No mucha gente nos conoce o nos lee, incluso usando nuestras vías de comunicación.	Se debe mejorar la estrategia para tener más alcance, ya que poca gente nos sigue.	Debemos trabajar en eso, nuestras redes sociales no han crecido mucho y eso demuestra que casi no tenemos alcance con la gente.	Hay que reforzar el tema de comunicación externa, ya que es muy notoria que no trascendemos a nivel departamental.
<b>Redes sociales</b>	Se cuenta con una página <i>web</i> , <i>fan page</i> and <i>Facebook</i> , <i>Instagram</i> y recientemente, <i>Twitter</i> , solo que es difícil manejar todas cada día.	Poseemos las más usadas, a excepción de <i>Tik Tok</i> , personalmente me encargo de la página <i>web</i> y edición de audio.	Tengo entendido que tenemos la página <i>web</i> , <i>fan page</i> en <i>Facebook</i> y recientemente <i>Twitter</i> , no recuerdo si hay más.	El equipo de comunicación tiene página en <i>Facebook</i> y la página <i>web</i> , pero no estoy seguro de las demás redes sociales.
<b>Medios de comunicación externos</b>	Varios medios de comunicación radiales, televisivos y páginas en <i>Facebook</i> nos cubren, solo que a veces no asisten a todas las actividades	Algunos nos cubren, aunque la verdad no conozco bien a todos.	Tenemos buena relación con ellos, a veces es solo de hacerles una llamada para que lleguen a la actividad, pero sería bueno tener mejor relación con ellos.	Existen varios acá en la Antigua, se tiene buena relación, pero tampoco tienen mucho alcance.
<b>Pautas</b>	No, no pautamos en ninguna red social, para eso se necesita una tarjeta de crédito y pues no lo hemos hecho antes y quizás no se haga.	No, no se pauta en ninguna red social.	No se pauta porque no tenemos presupuesto para hacerlo en ninguna red social.	Deberíamos pautar, pero no se hace, desconozco por qué no se hace.



<b>Personal del departamento de comunicación</b>	Pues yo soy el encargado de comunicación, pero Wilder (informático) me ayuda, pero sí necesito ayuda en redacción y edición con más frecuencia.	Mi trabajo principal es en el área de informática, pero también ayuda en la parte de comunicación con Carlos (comunicador).	Entre Carlos y Wilder se encargan de la comunicación, yo creo que con ellos dos salen bien.	Yo pienso que sí se necesita ayuda para que la comunicación y el departamento sea óptimo, no solo fuera, si no también, dentro de la institución.
<b>Equipo de comunicación</b>	Nos falta una cámara, micrófono, trípode, estabilizador y un celular, pero no hay presupuesto para tanto.	Falta equipo importante y la velocidad del internet tampoco ayuda para poder trabajar.	Pues se necesitan algunas cosas, pero es por falta de presupuesto, pero en los próximos 4 meses vamos a mejorar esa parte, vamos a comprar equipo para el departamento.	Se necesita mejor equipo, una buena cámara, celular y trípode, yo he visto equipo de comunicación muy bueno y eso se necesita acá.

Tabla 1

Fuente: Elaboración propia



## 1.18 FODA

El análisis FODA es una herramienta de planificación estratégica, diseñada para realizar un análisis interno (Fortalezas y Debilidades) y externo (Oportunidades y Amenazas)”. Riquelme Leiva, Matías (2016). Esta premisa detalla más el correcto uso del FODA, se separa cada sigla para poder usarlas de manera más eficiente y acorde las necesidades de la empresa u organización, por ende, es una técnica muy importante para analizar el estado interno y externo de una institución.

Aspectos favorables (+)	Aspectos desfavorables (-)
Fortalezas	Debilidades
Existe comunicación horizontal, cada opinión se toma en cuenta.	Falta de capacitación en los diferentes departamentos.
La institución está ubicada en un área con buena accesibilidad para llegar en vehículo o caminando.	Escaso equipo de comunicación para llevar a cabo las labores del departamento.
El ambiente de trabajo es agradable, se celebran cumpleaños y días especiales.	La velocidad del internet para llevar a cabo trabajos de edición, viralización en las redes y de conferencias en vivo, es insuficiente e inconsistente.
Las oficinas en su mayoría no poseen puertas, esto ayuda mucho a la comunicación interna.	No se posee lineamientos para redactar notas periodísticas ni <i>posts</i> en las diferentes redes sociales que se poseen.
Se tiene buena relación con la mayoría de los medios de comunicación locales.	Falta de personal en el departamento de comunicación para mantener las redes sociales actualizadas.
Se cuenta con alianzas con varias instituciones públicas y privadas.	Falta de presupuesto para pautas.



Oportunidades	Amenazas
Aprovechar que el departamento de Sacatepéquez cuenta con muchos sitios arqueológicos, culturales y naturales para el turismo local.	Cambio de autoridades en cortos periodos.
Crear estrategias de comunicación externa para dar a conocer la labor que lleva cabo la Gobernación Departamental.	Posibles conflictos con los alcaldes municipales por temas de presupuesto anual.
Estrechar lazos con diferentes organizaciones para el desarrollo del departamento.	Desaprovechar las redes sociales en estos tiempos donde la virtualidad es la forma más efectiva de comunicar.
Crear actividades en conjunto con las 16 municipalidades para iniciar la reactivación económica en el departamento.	No poder contrarrestar posibles ataques virtuales de contrarios, por no poseer un equipo óptimo de comunicación.
Mejorar el equipo técnico en el departamento de comunicación para obtener ponderaciones altas cuando gobernación central califique el trabajo en redes sociales.	Que la población del departamento no sepa los avances que gobernación lleva a cabo.
	Estancamiento en actividades propias de gobernación por no contar con apoyo de las comunas del departamento.

Tabla 2

Fuente: Elaboración propia



## 1.19 Problemas detectados

Luego de observar la forma en que la comunicación externa se llevó a cabo en las instalaciones de la Gobernación Departamental de Sacatepéquez durante los meses de enero, febrero, marzo y parte de abril y de entrevistar a las personas involucradas de forma directa e indirecta en el departamento de comunicación, se puede enlistar algunos problemas detectados.

- a. No poseer una computadora con la capacidad para editar imágenes, videos y audios de forma óptima es algo que afecta de forma directa a la comunicación externa ya no da la oportunidad de crear contenido multimedia con rapidez.
- b. Tampoco se cuenta con una cámara digital, celular, micrófonos, trípodes, estabilizadores ni programas de edición propios de la institución, los existentes son propiedad del comunicador y la cámara no posee la opción de transmisiones en vivo.
- c. Tener un servicio de internet compartido con el resto de las oficinas y que aun así el servicio sea inconsistente, no permite que el departamento maneje de manera eficaz la comunicación externa.
- d. Las redes sociales carecen de una forma específica de redacción, esto da como resultado desaprovechamiento del medio.
- e. El bajo presupuesto hacia el departamento de comunicación es el causante de que no existan estrategias de comunicación externa.
- f. No existen capacitaciones para mejorar en el tema de comunicación y estrategias.
- g. No se aprovecha la parte turística del departamento para que la institución se dé a conocer.
- h. Se detectó falta personal en el departamento de comunicación.



## 1.20 Planteamiento del problema comunicacional

¿Cuáles son las causas principales que propician que la comunicación externa en la Gobernación Departamental de Sacatepéquez no sea eficiente?

Respuesta hipotética:

La comunicación externa es deficiente en la Gobernación Departamental de Sacatepéquez porque no cuentan con equipo técnico óptimo en el departamento de comunicación, además, afecta que no existe presupuesto para mejorar el departamento, se necesita más personal y también afecta la falta de estrategias comunicacionales.

## 1.21 Indicadores de éxito

La institución cuenta con alianzas en instituciones privadas, embajadas y fundaciones, por esta razón se podrían hacer solicitudes a estas instituciones para poder equipar al departamento de comunicación con equipo idóneo para realizar las tareas propias del departamento. Además, el señor gobernador es consciente de la importancia de la comunicación externa y en sus planes para los siguientes 4 meses, está el mejoramiento del departamento y está abierto a recibir ideas para poner en práctica estrategias comunicacionales.

## 1.22 Proyecto a desarrollar

Diagnóstico y estrategia de comunicación externa en la Gobernación Departamental de Sacatepéquez.



## Capítulo 2

### 2. Plan estratégico de comunicación

La estrategia podría definirse como aquella acción específica desarrollada para conseguir un objetivo propuesto. “Las estrategias tratan de desarrollar ventajas competitivas en productos, mercados, recursos o capacidades, de modo que aseguren la consecución de tales objetivos”. Tur-Viñes, Victoria y Monserrat-Gauchi, Juan (como citó Santesmases, 2015). Es por ello que una estrategia comunicacional debe planificarse de la mejor manera para poder obtener los resultados trazados.

Por lo anterior, la importancia del plan estratégico es extrema si un comunicador necesita mejorar ciertas cosas en alguna institución pública o privada, cuando el plan estratégico se debe llevar a cabo, se necesita tener siempre presente el diagnóstico previamente hecho, porque este guía la planeación, de acuerdo con los objetivos que se deben alcanzar, al mismo tiempo, se necesita crear objetivos nuevos sobre la planificación.

Para alcanzar los objetivos previamente planteados en este trabajo, las estrategias comunicacionales que se llevarán a cabo de forma presencial en la Gobernación Departamental de Sacatepéquez serán enfocadas a las redes sociales, a la capacidad del departamento de comunicación y a hacia las instituciones que tengan vínculos con la institución para poder mejorar las relaciones públicas y el equipo técnico.

Al hablar de estrategias comunicacionales y de cómo estas funcionan y la importancia que cada una tiene, se pueden agregar que.

En el ámbito del marketing y de la comunicación, podríamos considerar la estrategia como un conjunto consciente, racional y coherente de decisiones sobre acciones a emprender y sobre recursos a utilizar, que permite alcanzar los objetivos finales de la empresa u organización, teniendo en cuenta las decisiones que en el mismo campo toma, o puede tomar, la competencia considerando, a la vez, las variaciones externas tecnológicas, económicas y sociales del entorno. Tur-Viñes, Victoria y Monserrat-Gauchi, Juan (como citó Sainz de Vicuña, 2000).

Toda estrategia debe llevar un orden y se deben basar en información fidedigna.



## 2.1. Descripción técnica del Plan Estratégico de Comunicación.

Una de las estrategias que se llevarán a cabo en la Gobernación Departamental de Sacatepéquez será, la creación de un manual de redacción para las distintas redes sociales que la institución posee, esto con motivo de sacar el mayor provecho de ellas y llegar de mejor manera al público objetivo de la Gobernación Departamental.

También se llevará a cabo capacitaciones para el departamento de comunicación, el motivo será que el equipo pueda manejar de manera óptima los diferentes géneros periodísticos, y así poder llenarse de más conocimientos cuando se necesite redactar notas periodísticas, entrevistas o publicaciones en las diferentes redes sociales. También se incluirá al gobernador, secretaria y asesor, ya que estos juegan un papel importante en la comunicación externa de la institución.

Se harán solicitudes a entidades privadas con quienes la Gobernación tenga alianzas para poder contar con un mejor equipo técnico, ya que acorde al diagnóstico previamente hecho, se necesitan cámaras digitales, memorias, micrófonos, estabilizadores y un teléfono inteligente. Esto con el fin de tener una óptima operación en temas comunicacionales y para tener una mejorar la comunicación externa.

Por último, se llevará a cabo una capacitación a todo el equipo de comunicación y al gobernador, para mejorar su trato con las cámaras y los distintos medios de comunicación locales y nacionales. También se abordará el tema de etiqueta con el fin de fortalecer sus relaciones públicas, ya que son parte importante de la comunicación externa de la entidad, de igual manera, del gobernador quien es el que la representa.

Todas las estrategias están enfocadas, principalmente para mejorar la comunicación externa de la entidad, porque el público objetivo es: el departamento de comunicación, el gobernador, asesor y secretaria personal. Esto con base en el diagnóstico hecho previamente y con el fin de ver mejoras circunstanciales a lo largo de los siguientes meses en la entidad donde se lleva a cabo la práctica profesional.



## 2.2. Misión

Trabajar de forma excepcional la forma en que se informa a la población del departamento, sabiendo la responsabilidad que la institución conlleva con cada uno de ellos y los trabajos en conjunto con las 16 municipalidades.

## 2.3. Visión

Crear las condiciones necesarias para poder tener canales comunicacionales de forma óptima, y que estos canales tengan información correctamente investigada, redactada y comprobada con el fin de ser una institución de referencia en el departamento.

## 2.4. Elementos comunicacionales

a) Emisor: es la persona que inicia la acción de comunicar, como se explica a continuación:

“Podemos definir al emisor como el elemento o la instancia en que se crea en Mensaje. Algunos investigadores se refieren a la persona o grupo de personas emisoras como fuente”. Santos, Dionne (como citó Castro y Moreno, 2012, p.13). Además, es el emisor quien decide qué comunicar (mensaje).

b) Mensaje: no puede existir comunicación si no se tiene qué comunicar, por ello Dionne Santos explica que el mensaje es “es una cadena finita de señales producidas, mediante reglas precisas de combinación, a partir de un código dado” Santos, Dionne (como citó Helena Beristain 2012, p.13). Por tal razón, el mensaje debe establecerse mediante un canal, que en este sentido puede ser: visual, táctil o auditivo, de acuerdo con la elección del emisor.

c) Receptor: es a quien va dirigido el mensaje, pero no puede solo recibirlo, también debe haber retroalimentación, de lo contrario no podría ser comunicación, sería solo información, ya que el emisor no recibiría respuesta al mensaje, y la clave para que el receptor responda debe ser; entender el código usado, de lo contrario existirían barreras comunicacionales que afecten este proceso inherente al ser humano, para poder sobrevivir y vivir en sociedad.



d) Código: es un conjunto de símbolos, expresiones e imágenes que se basan en reglas que permiten enviar un mensaje hacia un receptor de parte de un emisor, este debe ser del conocimiento de ambos sujetos para poderse entender, en caso contrario la comunicación no puede llevarse a cabo de forma óptima. Cabe resaltar que la función del emisor es codificar un mensaje y el receptor debe descodificar dicho mensaje.

f) Contexto: este es el que define las circunstancias en que se lleva a cabo la comunicación, como lo explica Julia Flores. “El contexto es el medio en que se desarrolla la comunicación. Puede ser: físico, social, histórico, psicológico, cultural”. Flores, Julia (2010, p10). Este influye de forma directa para poder recibir una retroalimentación por parte del emisor, ya que el receptor debe estar en el mismo contexto para poder entender el tema en discusión y poder emitir su opinión.

Como en cualquier proceso de comunicación, se necesita a un emisor, en este caso será la Gobernación Departamental de Sacatepéquez, un receptor que sería la población del departamento, un código, un mensaje que se quiera difundir y el canal, que en este caso pueden ser las redes sociales, los medios de comunicación convencionales locales y las relaciones interpersonales.

Para entender mejor lo descrito anteriormente, se debe explicar el proceso de comunicación en su parte teórica:

“El proceso de comunicación se refiere a la transmisión de información o mensaje de un emisor a un receptor a través de un canal, superando las barreras que afectan su ritmo. Por tanto, son los pasos que se deben tomar para lograr una comunicación exitosa. La comunicación es un proceso, y si este proceso se rompe, entonces fallará la misma”. Sy, Helmut (2019).

La función de los actores en el proceso de comunicación es lo que determina si esta se lleva a cabo de forma apropiada o si existen barreras.



Las barreras comunicacionales existen desde el momento en que el ser humano aprendió a comunicarse, por ello, se necesita explicar el rol que estas tienen en el diario vivir de cualquier persona que se dedique al estudio de la comunicación interna o externa en cualquier institución pública o privada. Algunas barreras son:

- Barreras semánticas
- Barreras Psicológicas
- Barreras Fisiológicas
- Barreras Físicas
- Barreras Administrativas

Cuando cualquiera de las barreras mencionadas se hace presente, se identifica un problema porque:

“Las barreras de la comunicación, también denominadas interferencias, consisten en obstáculos que dificultan la llegada del mensaje en un proceso comunicativo. Así, a través de estas barreras, los mensajes pueden quedar distorsionados o desvirtuados, y no llegar adecuadamente a su destinatario/a. Estas barreras se localizan entre el emisor y el receptor del mensaje”. Ruiz, Laura (2018).

Estas pueden ser tangibles o intangibles, pueden ser físicas o mentales y también culturales, de acuerdo con el mensaje.

Es importante comprender que la redacción y los mensajes a difundir se deben acoplar a la población, ya que un mensaje con demasiados tecnicismos puede hacer que los lectores pierdan el interés en lo escrito. A la vez se debe manejar un perfil abierto para cualquier persona, para demostrar el interés en la población, de acuerdo con el contexto político y coyuntural en el que se encuentra la Gobernación Departamental.

La importancia de la comunicación externa en una institución pública es grande, como lo explica el siguiente texto. “La comunicación externa en las organizaciones es uno de los pilares clave para generar mensajes claros, proyectar una buena imagen, mejorar la relación con los públicos estratégicos y promover de manera efectiva productos y servicios”. Switch Comunicación (8 de julio de 2021).



## 2.5. Alcances y límites de la estrategia

Luego de llevar a cabo el diagnóstico comunicacional en la Gobernación Departamental de Santander, las estrategias que se pondrán en práctica están basadas para tener cierto alcance que se podrá explicar en este trabajo. El alcance se basa en el público objetivo que se eligió y trabajó previamente, por ende, las estrategias tratarán de mejorar las áreas de oportunidad identificadas.

Los alcances serán apreciados desde dos puntos de vista, el primero será medido con base en el uso que el departamento de comunicación utilice y ponga en práctica y el segundo, será medido con base en la mejoría que se pueda ver por parte del público objetivo de la Gobernación. El primero es el más importante para este trabajo, de acuerdo con el diagnóstico. Se creará un manual de redacción para las distintas redes sociales que se poseen en la institución y se harán peticiones para reforzar el equipo técnico en el departamento de comunicación.

Además, se llevarán a cabo capacitaciones en temas de periodismo, relaciones públicas y redes sociales al público objetivo, estas serán presenciales, aunque existen ciertas limitantes a nivel mundial por la pandemia que se vive, y, a nivel nacional. Se dialogó con los capacitadores y Gobernación, y se concluyó que es necesaria la presencialidad por los temas a desarrollar, sin olvidar que la salud de todos los involucrados es primordial, de esa cuenta, se mantendrá el distanciamiento necesario, alcohol en gel y mascarillas en todo momento.

Una de las estrategias, que se dedicará a hacer solicitudes a entes externos a la Gobernación, tendrá la limitante que se dependerá de las respuestas de los entes. Esto significa que no se puede confirmar que se contará con la ayuda de ellos, aunque lo ideal sería recibir respuestas positivas a todas las solicitudes.



## 2.6. Metodología para la aplicación de la estrategia comunicacional

El enfoque que se llevó a cabo en el diagnóstico fue cualitativo y el tipo de muestreo fue el de conveniencia, esto de la mano de la observación cualitativa, ya que en el planteamiento del problema se detectó algunas falencias en la calidad de los mensajes, entrevistas y manejo de redes sociales, Esto también va de la mano a las necesidades que el departamento de comunicación tiene actualmente, por eso razón, al final del Ejercicio Profesional Supervisado, se espera que haya mejoras circunstanciales.

El tipo de investigación fue deductiva, porque la investigación partió desde la premisa que pocas personas siguen las redes sociales de la institución y que las que sí las siguen desconocen de forma parcial el correcto funcionamiento de esta. Por ello, en el planteamiento del problema se siguió con el mismo tipo de investigación previamente utilizado con el fin de plantear posibles soluciones.

Descrito lo anterior, la metodología para llevar a cabo las distintas estrategias en la Gobernación Departamental empezará con informar al equipo de comunicación sobre el manual de redacción que se realizará. Las peticiones que se harán a los entes externos y la capacitación sobre distintos temas comunicacionales para poder llenar de más conocimientos al público objetivo.

El manual de redacción se pondrá a disposición de forma física y virtual. Esto ayudará a que se pueda utilizar a la brevedad en la institución, que se mantenga y que sea de utilidad para el futuro gobernador y equipo de comunicación, ya que se sabe que estos puestos son temporales y es decisión del presidente en turno elegir al futuro gobernador y equipo de comunicación.

Debido a la pandemia que azota al mundo, se pensó en tener capacitaciones virtuales y presenciales, sin embargo, los profesionales que las llevarán a cabo decidieron que lo mejor para que estas sean de calidad, es que se lleven a cabo de forma presencial. Se posee el espacio suficiente para poder tener distanciamiento y el público objetivo también se acomoda al lugar, sin olvidar las medias de prevención del virus Covid-19.



### 2.6.1. Objetivo general y específico

Determinar estrategias para mejorar la comunicación externa de la Gobernación Departamental de Sacatepéquez, basándonos en el diagnóstico realizado.

- Crear una herramienta a utilizar por el departamento de comunicación que servirá como guía para las publicaciones en redes sociales.
- Aprovechar de forma diplomática las alianzas que se crearon con algunas instituciones internacionales.
- Capacitar a los colaboradores en temas de comunicación.

### 2.6.2. Acciones para conseguir los objetivos

Detallar de forma profunda y sencilla en el manual de redacción los pasos a seguir con los *posts* en las diferentes redes sociales, con motivo de hacer más fácil la labor del departamento de comunicación y que al final. También sirva como un punto de partida para elaborar mensajes canalizados al público objetivo de la Gobernación y puedan leer notas claras y precisas.

Las capacitaciones se darán por profesionales de la comunicación, personas que trabajen en el medio, que tengan experiencia comprobable y que también entiendan sobre comunicación-política. El departamento de comunicación podrá luego replicar lo aprendido en sus labores diarias, tales como; entrevistas, *webinars*, conferencias, mensajes en vivo, publicaciones, notas periodísticas y mensajes institucionales verbales.

Para complementar lo anterior, se debe mencionar la importancia del trabajo en equipo. Por tal razón se reforzará el tema con un *slogan* que será “somos capaces, pero unidos somos mejores”, para poder crear un sentido de pertenencia en el equipo de comunicación y con ello hacer que cada uno de los miembros del equipo comprenda la importancia de su labor y se pueda tener el mejor rendimiento posible.



### 2.6.3. Los indicadores para medir su cumplimiento

Siendo el manual de redacción una de las estrategias a utilizar, la mejor manera de medir su uso será en la práctica, se le dará seguimiento al correcto uso de la redacción en las diferentes redes sociales. Para verificar que cumplan con lo que el manual instruya y así confirmar que hay un cambio y que el cambio podrá darnos resultados favorables, para el desarrollo de la estrategia.

También se verificará el correcto uso de palabras y etiquetas por parte del gobernador, para poder mejorar sus relaciones publicas cuando tenga alguna entrevista, reunión, invitación política, inauguración de alguna obra o parecido. Esto se hará de manera sencilla, ya que se puede verificar de forma directa, asistiendo a las actividades o por las diferentes redes sociales en donde se publique la actividad donde él estuvo.

Por otra parte, se utilizarán algunas herramientas para medir el tráfico en las diferentes redes sociales, una de ellas será *Facebook Analytics*. Facebook es una de las redes sociales más usadas por parte del equipo de comunicación de la institución. También se utilizará *Metricool* que ayudará con *Twitter* e *Instagram*, siendo esta aplicación una de las más usadas para estas redes sociales, sin olvidar que también se puede utilizar para medir el tráfico en la página *web* que se posee.

### 2.6.4. Los instrumentos

Las estrategias se pondrán en práctica en el mes de agosto y septiembre de forma consecutiva, y las evaluaciones se harán mensualmente, sabiendo que se tendrá el mes de julio para poder trabajar en ellas y luego medir los resultados en los meses siguientes, con la ayuda de las diferentes redes sociales y aplicaciones que servirán como herramientas de medición, luego de tener el manual de redacción y las capacitaciones.



### 2.6.5. Actividades para la operatividad de la estrategia

#### Propuesta 1: Manual de redacción.

Se creará el manual de redacción de una forma en donde lo visual predomine para evitar perder la atención del interesado. También se creará un espacio físico, específico para mantener dicho manual y esté al alcance de todas las personas que quieran leerlo y practicar con él. Esto con el fin que cualquier persona que esté involucrada en la comunicación externa de la institución, tenga conocimientos básicos de redacción.

Se diseñarán afiches porque serán colocados en puntos clave del edificio con el slogan creado, con la intención que cada empleado pueda leerlo, repetirlo y con ello, crear el sentido de pertenencia, sin olvidar que también será un slogan para las personas que visiten el lugar físico. porque se trabaja la comunicación externa de la institución y poseer un slogan que este dirigido a todo público, impactará de forma directa.

#### Propuesta 2: Talleres

Dado que una de las estrategias va dirigida a las relaciones públicas, el taller sobre etiqueta y géneros periodísticos estará basado en práctica casi en su totalidad. Esto hará que se pueda tener la experiencia de primera mano con el profesional a cargo, y que cualquier duda que se tenga, se pueda resolver en el mismo momento y así evitar una mala comprensión de los temas a tratar.

#### Propuesta 3: Solicitudes

Las solicitudes que se harán para las distintas instituciones con el fin de poseer un mejor equipo técnico tendrán la aprobación del gobernador y su respectivo membrete institucional que avalará la procedencia de las solicitudes, La redacción se hará de forma profesional, precisa y política, para evitar malentendidos y mantener las buenas relaciones que actualmente se tienen.



## 2.7. Financiamiento

El financiamiento será propio del practicante en su totalidad, el costo de la elaboración, diseño e impresión del manual de redacción, las solicitudes y el costo de cada uno de los talleres que incluirá a los capacitadores, comida, bebidas y transporte. Las aplicaciones que se utilizarán para medir el tráfico en las redes sociales y su mejora serán costeadas por el practicante en su totalidad.

## 2.8. Presupuesto

Descripción	Cantidad	Costo unitario	Costo total	Financiamiento
Manual de redacción	3	Q50.00	Q150.00	Epesista
Capacitación relaciones públicas y etiqueta	1	Q200.00	Q200.00	Epesista
Capacitación géneros periodísticos	1	Q00.00	Q00.00	Epesista
Capacitación comunicación política.	2	Q150.00	Q300.00	Epesista
Solicitudes	2	Q00.00	Q0.00	Epesista
Banner con <i>slogan</i>	1	Q250.00	Q250.00	Epesista
		Total	Q900.00	

Tabla 3

Fuente: Elaboración propia

## 2.9. Beneficiarios

Los beneficiarios directos serán; el departamento de comunicación, el gobernador, el asesor y la secretaria del gobernador, ya que serán parte de las capacitaciones sobre los diferentes temas ya descritos. Además, el manual de redacción y las cartas que se enviarán para mejorar el equipo técnico ayudará al departamento de comunicación para mejorar las publicaciones y el *banner* con el *slogan* invitará a mantener el trabajo en equipo y dará confianza a las personas que visiten la institución.



## 2.10. Recursos humanos

<b>Recurso humano</b>	<b>Cargo o título</b>	<b>Actividad</b>
Mynor López	Gobernador departamental	Aprobación de las estrategias comunicacionales.
Carlos Guachín	Comunicador	Disponibilidad para las capacitaciones y diseñador del manual de redacción.
Wilder Martínez	Informático	Disponibilidad para las capacitaciones.
Andrea Orozco	Comunicadora	Capacitadora sobre géneros periodísticos y redacción.
Esteban Arreola	Comunicador	Capacitador sobre relaciones públicas y etiqueta.
Jorge Molina	Comunicador	Capacitador sobre comunicación política.
Julio Guamuch	Estudiante	Epesista y encargado de la logística de las capacitaciones, creación del manual de redacción y las solicitudes para mejorar el equipo técnico.
Marvin Sarmiento	Supervisor de EPS	Revisión, apoyo, guía y recomendaciones durante el diagnóstico y plan comunicacional.
Krista Ramírez	Supervisora de EPS	Revisión, apoyo, guía y recomendaciones durante la ejecución del plan.
José María Torres	Coordinador de EPS	Revisión, examinador y recomendaciones del informe final.

Tabla 4

Fuente: Elaboración propia



## 2.11. Área geográfica

Las estrategias se llevarán a cabo en la sede de La Gobernación Departamental de Sacatepéquez, puesto que el manual de redacción se quedará allí, las solicitudes se redactarán en el mismo lugar y las capacitaciones se llevarán a cabo de forma presencial, teniendo en cuenta todas las medidas necesarias para prevenir cualquier tipo de contagio del virus Covid-19 y que pueda poner en riesgo la salud de todos los involucrados,

La institución está ubicada en San Pedro El Panorama Lotes 11 y 12c, Antigua Guatemala, Sacatepéquez, camino a Ciudad Vieja, está relativamente cerca del centro de la Antigua Guatemala, cuenta con espacios al aire libre, agua potable, baños en buen estado y el lugar de capacitación será abierto, para evitar aglomeraciones que puedan poner en riesgo la salud de cualquiera de los participantes.



## 2.12. Cuadro comparativo de las estrategias

<b>Estrategia comunicacional</b>	<b>Objetivo específico</b>	<b>Presupuesto</b>	<b>Recurso humano</b>	<b>Área geográfica de impacto</b>	<b>Beneficiarios</b>	<b>Fecha de ejecución</b>
Creación de un manual de redacción.	Mejorar la redacción de las publicaciones que el departamento de comunicación realice en las diferentes redes sociales que se posee.	Q150.00	El estudiante y se cuenta con la ayuda del comunicador para diseñar el manual.	En el departamento de Sacatepéquez.	El departamento de comunicación de la Gobernación Departamental de Sacatepéquez.	En agosto de 2021.
Diseñar cartas para solicitar ayuda en la obtención de equipo técnico para el departamento de comunicación.	Contar con un equipo técnico adecuado para la correcta ejecución de la comunicación externa.	No se necesita dinero.	Se cuenta con el apoyo y la autorización del gobernador.	El departamento de comunicación que está ubicado en las instalaciones de la Gobernación.	El equipo de comunicación y el gobernador departamental.	Julio de 2021.
Capacitaciones sobre relaciones públicas, etiqueta, géneros periodísticos y comunicación política.	Implementar nuevos conocimientos al momento de dar entrevistas, vestirse acorde a la ocasión y tener un conocimiento pleno de la comunicación política.	Q500.00	Se tendrán a licenciados en ciencias de la comunicación, con más de 8 años de experiencia en medios radiales, televisivos y escritos.	En el departamento de Sacatepéquez.	El equipo de comunicación, el gobernador departamental, su asesor y su secretaria personal.	Durante el mes de agosto de 2021.

Tabla 5

Fuente: Elaboración propia



### 2.13. Cronograma del plan de comunicación

Actividades	Julio				Agosto				Septiembre				Octubre			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Diseñar cartas para solicitar ayuda en la obtención de equipo técnico para el departamento de comunicación.																
Capacitaciones sobre relaciones públicas, etiqueta, géneros periodísticos y comunicación política.																
Creación de un manual de redacción.																
Colocación de banner																
Análisis de resultados con base en las aplicaciones de medición en redes sociales.																

Tabla 6

Fuente: Elaboración propia



## Capítulo 3

### 3. Informe de la ejecución

#### 3.1. Línea gráfica y material impreso.

Objetivo de la actividad

Solicitar ayuda para el departamento de comunicación a entidades y alianzas estratégicas.

Medio utilizado

Impreso.

Área geográfica de impacto

San Pedro El Panorama Lotes 11 y 12c, Antigua Guatemala, Sacatepéquez, camino a Ciudad Vieja.

Presupuesto en esta acción

Q2.00 exactos que absorbió el estudiante de licenciatura ECC USAC.



## Comprobación del material

Guatemala, julio 2021

Señor  
Mattanya Cohen  
Embajador de Israel  
Presente  
Saludos cordiales a su persona:

Deseamos salud para usted y sus seres queridos, que la amistad de nuestros pueblos prevalezca como lo ha sido durante muchos años y esperemos que siga constante durante muchos años más.

El motivo de la presente es para solicitar su ayuda en tema de equipo comunicacional para nuestra institución, ya que actualmente tenemos algunas limitantes en este tema. A continuación, detallamos el equipo que se necesita y quedamos a la espera de una respuesta positiva

Cant.	EQUIPO	COSTO APROX.
1	Cámara Fotográfica <b>EOS 90D</b>	Q 10,000.00
2	memorias para cámara de <b>64GB TRANSCEND</b>	Q 400.00
1	Trípode <b>MANFROTTO</b> 1.50 de alto	Q 1,500.00
1	Estabilizador de cámara <b>CRANE M2</b>	Q 2,000.00
1	Micrófono de conferencia <b>TONOR USB</b>	Q 1,000.00
1	Computadora portátil  <b>ASUS G512LI-HN054T i7 10750H 2.6GHZ 16G DDR4 1TB 15.6 GTX1650 4GB W10H</b>	Q 10,000.00
1	Celular (de gama media, servirá para redes sociales: Instagram y twitter)	Q 4,000.00
1	Interfaz de audio 4 canales (con sus cables)	Q 1000.00
1	Impresora multifuncional tinta continua EPSON L3110	Q 1800.00
	<b>TOTAL</b>	<b>Q 29,800.00</b>

Sin otro particular, deseamos el mejor de los días a usted y los suyos.

Dr. Mynor López  
Gobernador Departamental de Sacatepéquez

Guatemala, julio 2021



Señor  
John Lai  
Embajador de la República de China (Taiwán)  
Presente  
Saludos cordiales a su persona:

Deseamos salud para usted y sus seres queridos, que la amistad de nuestros pueblos prevalezca como lo ha sido durante muchos años y esperemos que siga constante durante muchos años más.  
El motivo de la presente es para solicitar su ayuda en tema de equipo comunicacional para nuestra institución, ya que actualmente tenemos algunas limitantes en este tema. A continuación, detallamos el equipo que se necesita y quedamos a la espera de una respuesta positiva

Cant.	EQUIPO	COSTO APROX.
1	Cámara Fotográfica <b>EOS 90D</b>	Q 10,000.00
2	memorias para cámara de <b>64GB TRANSCEND</b>	Q 400.00
1	Trípode <b>MANFROTTO</b> 1.50 de alto	Q 1,500.00
1	Estabilizador de cámara <b>CRANE M2</b>	Q 2,000.00
1	Micrófono de conferencia <b>TONOR USB</b>	Q 1,000.00
1	Computadora portátil  <b>ASUS G512LI-HN054T i7 10750H 2.6GHZ 16G DDR4 1TB 15.6 GTX1650 4GB W10H</b>	Q 10,000.00
1	Celular (de gama media, servirá para redes sociales: Instagram y twitter)	Q 4,000.00
1	Interfaz de audio 4 canales (con sus cables)	Q 1000.00
1	Impresora multifuncional tinta continua EPSON L3110	Q 1800.00
	<b>TOTAL</b>	<b>Q 29,800.00</b>

Sin otro particular, deseamos el mejor de los días a usted y los suyos.

Dr. Mynor López  
Gobernador Departamental de Sacatepéquez



### 3.2. Capacitaciones

Objetivo de la actividad

Mejorar los conocimientos del público objetivo.

Medio utilizado

3 capacitaciones presenciales.

Área geográfica de impacto

San Pedro El Panorama Lotes 11 y 12c, Antigua Guatemala, Sacatepéquez, camino a Ciudad Vieja.

Presupuesto de esta acción

Q500.00 exactos que absorbió el estudiante de licenciatura ECC USAC.

Comprobación del material



Capacitación sobre géneros periodísticos



Capacitación sobre géneros periodísticos



Capacitación sobre relaciones públicas y etiqueta.



Capacitación sobre relaciones públicas y etiqueta.



Capacitación sobre comunicación política.



Capacitación sobre comunicación política.



### 3.3. Creación de manual de redacción

#### Objetivo de la actividad

Facilitar el tipo de redacción para cada una de las redes sociales que la institución posee, ya que actualmente se desconocen los parámetros de cada una y esto influye en las visualizaciones.

#### Medio Utilizado

Impreso.

#### Área geográfica de impacto

San Pedro El Panorama Lotes 11 y 12c, Antigua Guatemala, Sacatepéquez, camino a Ciudad Vieja.

#### Presupuesto en esta acción

Q150.00 exactos que absorbió el estudiante de licenciatura ECC USAC.

#### Comprobación del material



## Portada del manual de redacción para redes sociales.



## Cuerpo del manual de redacción para redes sociales.

La primera pieza que forma parte del manual describe la forma correcta para poder redactar un *post* en *Facebook*, explica cómo debe ir el encabezado, el primer párrafo, el tamaño de los párrafos y el tamaño de la fotografía a utilizar. También sugiere la utilización de un *link* que lleve al usuario a leer la nota completa en una página *web*, una buena estrategia para que visiten varias redes sociales de la institución.

La segunda pieza explica la forma correcta de usar imágenes y videos en *Instagram*, explica también como usar los *hashtags* y los textos, dado que, en esta red social mientras existan menos textos es mejor. Se debe prestar atención a las imágenes, ya que deben estar debidamente editadas para no dañar la imagen de la institución y la calidad de los mensajes.



### 3.4 Actividades y calendarización

Actividad	Cronograma de actividades																																		
	Febrero					Marzo					Abril					Mayo					Junio					Julio					Agosto				
	S1	S2	S3	S4	S5	S1	S2	S3	S4	S5	S1	S2	S3	S4	S5	S1	S2	S3	S4	S5	S1	S2	S3	S4	S5	S1	S2	S3	S4	S5	S1	S2	S3	S4	S5
Conferencias de la etapa propedéutica.	■	■																																	
Elaboración y entrega de informes de la fase propedéutica.		■	■																																
Investigación inicial de Campo.			■	■	■																														
Entrega de carta para solicitud de Práctica.						■	■																												
Conferencia de primera fase, Diagnóstico de comunicación.							■																												
Diagnóstico comunicacional.							■	■	■	■	■	■	■	■	■																				
Conferencia se segunda fase, Plan Estratégico de comunicación.																	■																		
Elaboración y entrega de plan estratégico.																	■	■	■	■	■	■	■	■	■										
Supervisión virtual del plan Estratégico.																																■			
Conferencia de tercera fase, Ejecución del Plan comunicacional.																																			
Ejecución del Plan estratégico de Comunicación.																																■	■	■	■
Entrega de la tercera fase, Ejecución del Plan Comunicacional.																																			■

	Septiembre					Octubre					Noviembre					Diciembre					Enero					Febrero					Marzo					Abril				
	S1	S2	S3	S4	S5	S1	S2	S3	S4	S5	S1	S2	S3	S4	S5	S1	S2	S3	S4	S5	S1	S2	S3	S4	S5	S1	S2	S3	S4	S5	S1	S2	S3	S4	S5	S1	S2	S3	S4	S5
Ejecución del Plan Comunicacional.	■	■	■	■	■																																			

Tabla 7

Fuente: Elaboración propia



## Conclusiones

1. La redacción en las publicaciones de las diferentes redes sociales carece de estrategias en la redacción.
2. La comunicación externa de la Gobernación Departamental de Sacatepéquez carece de un plan comunicacional.
3. El equipo de comunicación no tiene capacitaciones regulares sobre temas de política, relaciones públicas, comunicación y nuevas tecnologías.
4. Un óptimo departamento de comunicación necesita un equipo técnico a la altura para la elaboración de estrategias y planificación.
5. El personal en el departamento de comunicación es limitado por razones de presupuesto, esto afecta de forma directa la funcionalidad.
6. Las relaciones públicas de la institución no se aprovechan de manera óptima para generar más alianzas con instituciones públicas o privadas.



## Recomendaciones

1. Utilizar de forma regular el manual de redacción que la institución ya posee, y en la medida de lo posible, enriquecerlo o mejorarlo.
2. Se necesitan más estrategias comunicacionales para mejorar la imagen de la institución.
3. Llevar a cabo diagnósticos comunicacionales, por lo menos una vez al año para evitar que se caiga en técnicas arcaicas.
4. Mantener capacitaciones constantes a todo el equipo de comunicación para estar al día con las nuevas tecnologías y panorama político.
5. Se debería contar con más personal para poder manejar todas las redes sociales existentes, ya que, con la pandemia actual las redes sociales son el mejor canal para mantenerse en contacto con el público objetivo de la institución.
6. Estrechar alianzas con instituciones públicas o privadas ayudará al ejercicio de la comunicación con miras a trascender en todo el departamento de Sacatepéquez.



## Referencias

1. Del águila, Virginia. (2015). Plan estratégico de comunicación externa para una organización de mujeres en Guatemala (tesis de postgrado). Universidad Rafael Landívar, Campus Central, Guatemala.
2. Jiménez, Jeraldyn. (2012). Estrategias de comunicación interna y externa que influyen sobre los distintos productos y procesos de la fundación CEA. (tesis de grado). Universidad EAN, Bogotá, Colombia.
3. Hernández-Sampieri, Roberto. (2014). Metodología de la investigación. México D.F, México: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V
4. Santos, Dionne. (2012). Fundamentos de la comunicación. Tlalnepantla, México: RED TERCER MILENIO S.C.
5. Flores, Julia. (2010). Apuntes de la materia Humanidades “B” Área de Materias Comunes (tesis de pregrado). Universidad Autónoma de San Luis Potosí. San Luis Potosí, México.



## E-grafías

1. Gobernación Departamental de Sacatepéquez (15 de abril de 2021) Historia. Recuperado de <http://gubernacionsacatepequez.gob.gt/web/historia/>
2. Gobernación Departamental de Sacatepéquez (15 de abril de 2021) Misión, visión y objetivos. Recuperado de <http://gubernacionsacatepequez.gob.gt/web/mision-y-vision/>.
3. Relaciones públicas (5 de septiembre de 2021) Público interno y externo. Recuperado de <https://titipopp.wordpress.com/2014/07/20/publico-interno-y-externo/>
4. Ánimo Coaching & Comunicación (17 de abril de 2021) ¿Por qué hacemos el diagnóstico comunicacional en la empresa? Recuperado de <http://www.somosanimocom.com/blog/por-que-hacemos-el-diagnostico-de-comunicacion-en-la-empresa>
5. Castillo, Brenda. (2020). 6 tipos de métodos de investigación. Recuperado de <https://guiauniversitaria.mx/6-tipos-de-metodos-de-investigacion/>
6. Significados (21 de febrero de 2021). Tipos de investigación Recuperado de <https://www.significados.com/tipos-de-investigacion/>.
7. Asesoramientoacademicount (22 de abril 2021). Planificación de la planificación monográfica. Recuperado de <http://asesoramientoacademicount.blogspot.com/2009/05/investigacion-monografica.html>
8. R, Darwin. (2021). Tipos de investigación científica. Recuperado de <https://investigacioncientifica.org/tipos-investigacion-cientifica/>



9. Raffino, María Estela (2020). Método cuantitativo. Recuperado de <https://concepto.de/metodo-cualitativo/>
  
10. Salas, Danelly (2020). El enfoque mixto de investigación: algunas características. Recuperado de <https://investigaliacr.com/investigacion/el-enfoque-mixto-de-investigacion>
  
11. Raffino, María Estela (2020). Método cuantitativo. Recuperado de <https://concepto.de/observacion/>
  
12. Marketing que inspira (25 de abril de 2021). Qué es una entrevista de profundidad. Recuperado de <https://www.marketinginteli.com/investigaci%C3%B3n-de-mercados/sim-sistema-de-informaci%C3%B3n-de-marketing/entrevistas-en-profundidad/>.
  
13. Riquelme Leiva, Matías (2016). FODA: Matriz o análisis FODA - Una herramienta esencial para el estudio de la empresa. Recuperado de <https://www.analisisfoda.com/>
  
14. Tur-Viñes, Victoria y Monserrat-Gauchi, Juan (2021, 09 de julio). El plan estratégico de comunicación. *Razón y palabra*. Recuperado de [http://www.razonypalabra.org.mx/N/N88/Varia/46\\_VinesGauchi\\_V88.pdf](http://www.razonypalabra.org.mx/N/N88/Varia/46_VinesGauchi_V88.pdf).
  
15. Sy, Helmut (2021, 28 de septiembre). Proceso de comunicación: elementos, etapas y ejemplo. Liferder. Recuperado de <https://www.liferder.com/proceso-de-comunicacion/>
  
16. Ruiz, Laura (2021, 28 de septiembre). Las 5 barreras de la comunicación, explicadas. Psicología y mente. Recuperado de <https://psicologiaymente.com/social/barreras-de-comunicacion>.



17. Switch Comunicación (8 de julio de 2021). Comunicación externa. Recuperado de <https://switchcomunicacion.com/que-es-la-comunicacion-externa-definicion-tipos-principales-estrategias-y-canales-de-comunicacion/>



## Anexos

### Guía de pautas

Entrevista de profundidad al equipo de comunicación, gobernador y asesores.

Buenos días/tardes, mi nombre es Julio Guamuch y realizo un diagnóstico comunicacional sobre la comunicación externa de la Gobernación Departamental de Sacatepéquez.

El objetivo de esta entrevista es identificar el proceso de comunicación externa en esta institución, esto no es más que platicar sobre el funcionamiento de las redes sociales existentes (si hubiese), el servicio al cliente, relaciones con los medios de comunicación locales y la página *web*.

Cabe mencionar que un diagnóstico significa que se examinará el proceso de comunicación, esto quiere decir que puede sentirse libre de responder sin esperar un juicio de mi parte, la idea es identificar qué se puede hacer diferente para que la comunicación externa sea óptima.

Quiero pedir su consentimiento para poder grabar y tomar notas de esta entrevista, para luego poder transcribir los resultados, recuerde que el tema es completamente laboral, no se sienta intimidado por las preguntas porque no serán personales, serán institucionales.

¡Muchas gracias por su tiempo y su amabilidad!



## **Cuestionario**

¿Sabe usted qué es la comunicación externa?

¿Qué equipo de comunicación posee la institución?

¿Cree usted que se necesita más equipo para tener un funcionamiento óptimo?

¿Cómo es la relación entre la Gobernación Departamental de Sacatepéquez con los medios de comunicación locales?

¿Cuántas redes sociales posee la institución?

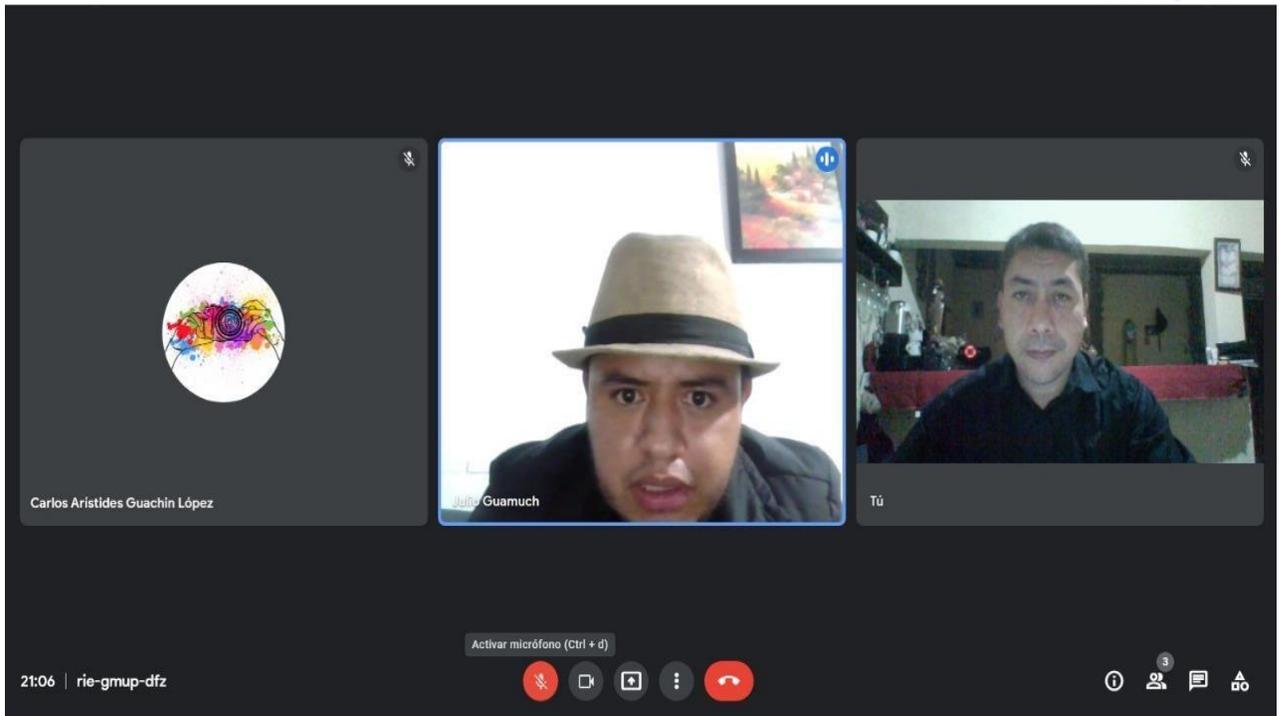
Cada red social tiene su propia forma de viralizar la información, por ende, la redacción se debe acoplar a cada una, ¿Está usted al tanto de las particularidades de cada una?

¿Con qué frecuencia se pauta en redes sociales?

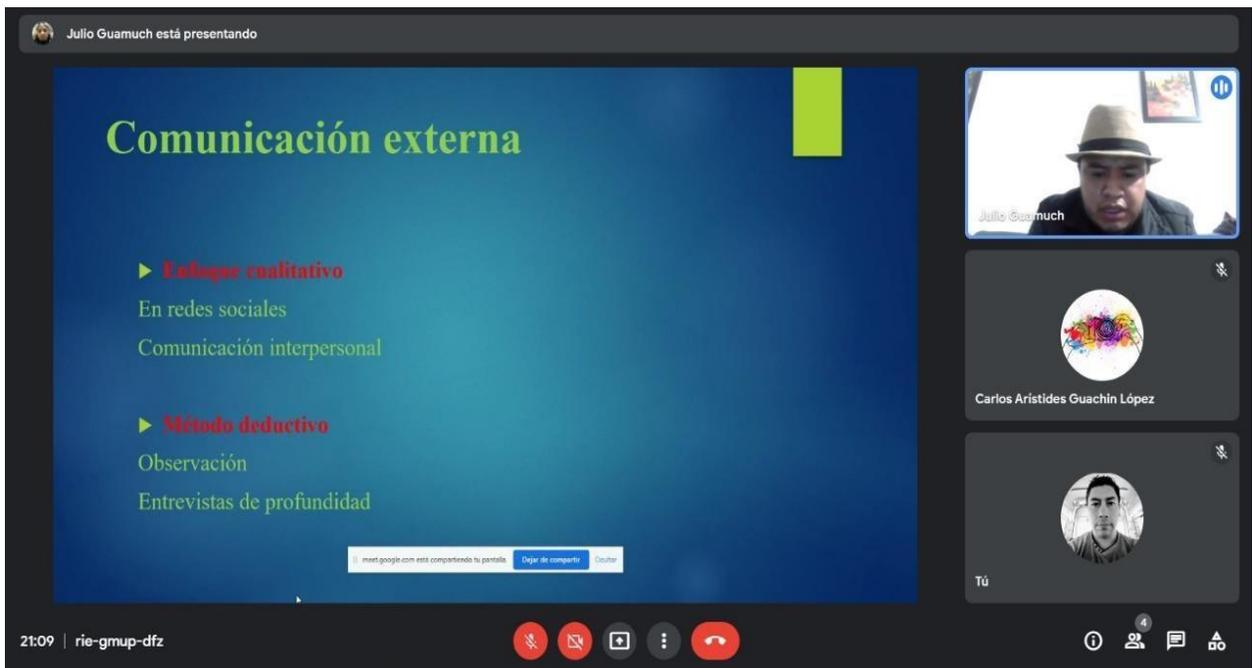
¿Cree usted que la carga laboral en el departamento de comunicación está equilibrada?

Conociendo la cantidad de redes sociales que existen y las actividades que se llevan a cabo por parte del gobernador, ¿Ayudaría tener más personal en el departamento de comunicación?

¿Cuál cree usted que el motivo principal por el cual el personal de comunicación es limitado?



Supervisión con el comunicador de la Gobernación departamental de Sacatepéquez Carlos Guachin y supervisor de EPS, Lic. Marvin Barrientos.



Supervisión con el comunicador de la Gobernación departamental de Sacatepéquez Carlos Guachin y supervisor de EPS, Lic. Marvin Barrientos.

## Twitter

Twitter es sinónimo de inmediatez, de tal manera, la redacción que se lleve a cabo en esta red social debe llevar palabras claves como “actualidad”, “aconteciendo”, “transcurriendo” o “ocurriendo”, esto nos lleva a usar los verbos en su modo gerundio, ya que, en la mayoría de las veces no se conoce el desenlace de la noticia.

Cabe mencionar que en esta red social el hashtag es de suma importancia, ya que las tendencias en Twitter acaparan la atención de millones de personas, por esta razón, usar un hashtag que esté en tendencia es de suma importancia para estar dentro del juego informativo, o por lo contrario, crear uno nuevo lleva a destacar entre la red social y crear una nueva tendencia.

Dato importante para tener en cuenta es que, para redactar en Twitter, se debe utilizar nada más 140 caracteres por cada mensaje, por esa la importancia de elegir bien las palabras y hashtags.



## YouTube

A diferencia de otras redes sociales, con YouTube se debe ser mucho más preciso, ya que acá tiene más relevancia lo audiovisual, los videos que se suban a esta plataforma son lo principal, pero no hay que olvidar que un mal título puede ser el causante que nadie vea el video, y un buen título puede ser el causante de que el video con la información que lleve sea visto por millones de personas.

Por lo anterior, se debe ser muy creativo cuando se redacte el título para cada video, se debe recalcar que en la actualidad los textos grandes aburren y cansan, y esto hace que no haya muchas visualizaciones.

Acá también son muy importantes los hashtags, para estar siempre asociados a los temas similares al video de la institución y con la información que este lleve, se recomienda incluir subtítulos en el idioma donde se presente el material.



Cuerpo del manual de redacción para redes sociales.





Guatemala, 9 de agosto 2021

Señor  
John Lai  
Embajador de la República de China (Taiwan)  
Presente  
Saludos cordiales a su persona:

Deseamos salud para usted y sus seres queridos, que la amistad de nuestros pueblos prevalezca como lo ha sido durante muchos años y esperemos que siga constante durante muchos años más.

El motivo de la presente es para solicitar su ayuda en tema de equipo comunicacional para nuestra institución, ya que actualmente tenemos algunas limitantes en este tema. A continuación, detallamos el equipo que se necesita y quedamos a la espera de una respuesta positiva

Cant.	EQUIPO	COSTO APROX.
1	Cámara Fotográfica EOS 90D	Q 10,000.00
2	memorias para cámara de 64GB TRANSCEND	Q 400.00
1	Trípode <b>MANFROTTO</b> 1.50 de alto	Q 1,500.00
1	Estabilizador de cámara CRANE M2	Q 2,000.00
1	Micrófono de conferencia TONOR USB	Q 1,000.00
1	Computadora portátil ASUS G512LI-HN054T I7 10750H 2.6GHZ 16G DDR4 1TB 15.6 GTX1650 4GB W10H	Q 10,000.00
1	Celular (de gama media, servirá para redes sociales: Instagram y twitter)	Q 4,000.00
1	Interfaz de audio 4 canales (con sus cables)	Q 1000.00
1	Impresora multifuncional tinta continua EPSON L3110	Q 1800.00
TOTAL		Q 29,800.00

Sin otro particular, deseamos el mejor de los días a usted y los suyos.

  
 Dr. *Miguel Ángel Méza B.*  
 Gobernador Departamental de Sacatepéquez

EMBAJADA DE LA REPUBLICA DE CHINA (TAIWAN)  
 GUATEMALA, C. A.  
**RECIBIDO**  
 17 AGO 2021  
 San Pedro El Panorama Lotes 1 y 12c, Antigua Guatemala, Sacatepéquez, camino a Ciudad Vieja.  
 Teléfono: 7934-6783  
 http://gobemunicipal.gov.gm/ FIRMA: *[Firma]*

Carta al embajador de China (Taiwan), firmada, sellada y entregada.



Reunión entre el gobernador y el embajador de Israel, San Antonio Aguas Calientes, Sacatepéquez.



Reunión con CODEDE de Sacatepéquez; Pastores, Sacatepéquez.



Participación del epesista en las capacitaciones; Antigua Guatemala, Sacatepéquez.



Participación del epesista en las capacitaciones; Antigua Guatemala, Sacatepéquez.



Preparación de la reunión entre el gabinete de gobierno, gobernador departamental y los 16 alcaldes de Sacatepéquez; Ciudad Vieja, Sacatepéquez.



Reunión entre el gabinete de gobierno, gobernador departamental y los 16 alcaldes de Sacatepéquez; Ciudad Vieja, Sacatepéquez.



Encuentro Nacional de la Juventud, con participación del medallista olímpico, Erick Barrando, CONJUVE, CONADI y Gobernación Departamental; Panajachel, Sololá.



Encuentro Nacional de la Juventud, con participación de CONJUVE, Panajachel, Sololá.



Cobertura de reunión del gabinete presidencial, Gobernador departamental y los 16 Alcaldes de Sacatepéquez; Ciudad Vieja, Sacatepéquez.



Cobertura de Encuentro Nacional de la Juventud, Panajachel, Sololá.