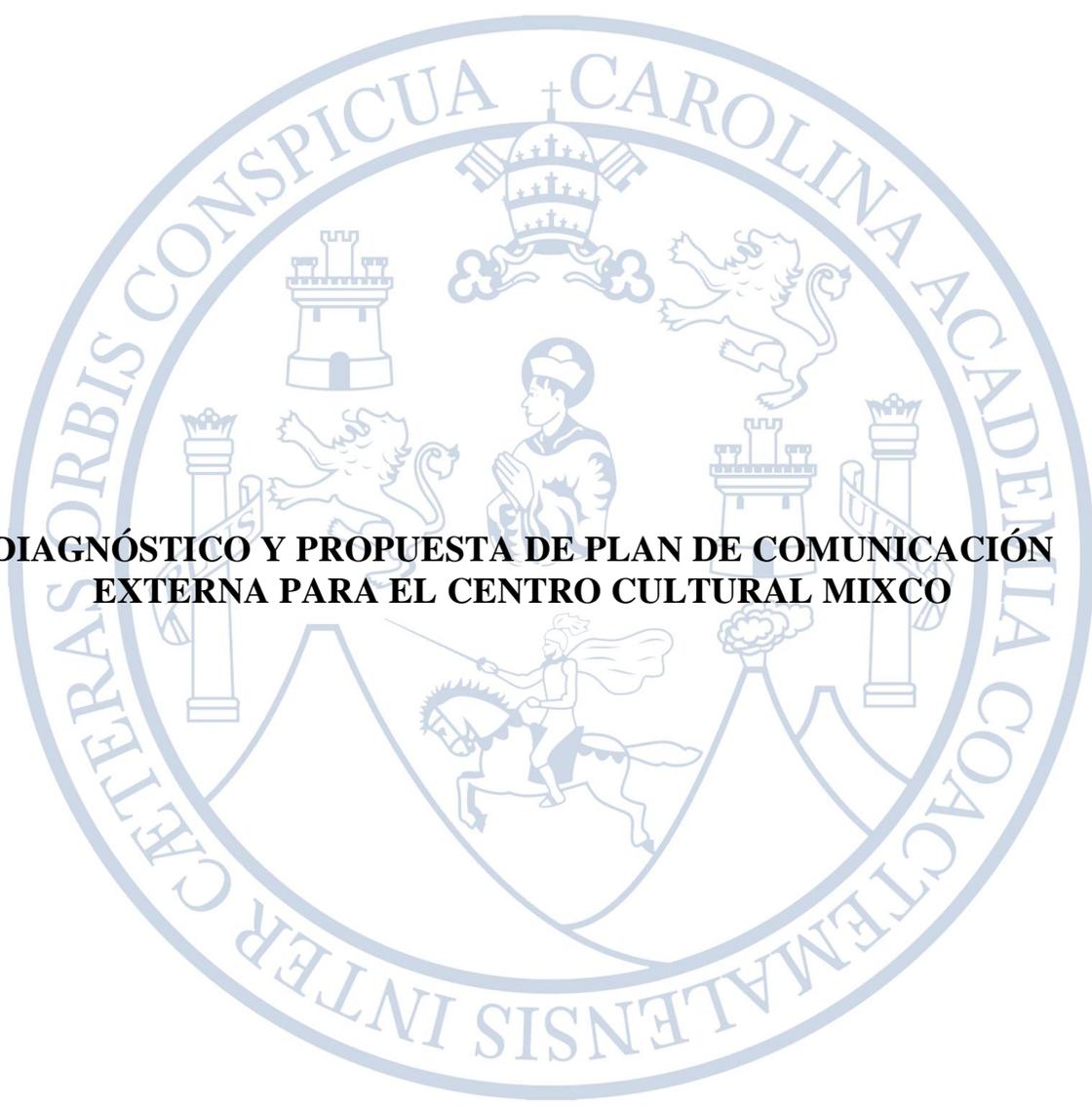


UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO

The seal of the University of San Carlos of Guatemala is a large, circular emblem in a light blue color. It features a central shield with a figure on horseback, a castle, and a lion. Above the shield is a crown with a cross. The shield is flanked by two pillars. The text "UNIVERSITAS CAROLINA ACADÉMICA COACTEMALENSIS" is written around the perimeter of the seal, and "ORBIS CONSPICUA" is written at the top.

**DIAGNÓSTICO Y PROPUESTA DE PLAN DE COMUNICACIÓN
EXTERNA PARA EL CENTRO CULTURAL MIXCO**

PEDRO JAVIER MONTUFAR MURGA

LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

GUATEMALA, OCTUBRE 2021



Universidad de San Carlos de Guatemala

Escuela de Ciencias de la Comunicación

Ejercicio Profesional Supervisado

Diagnóstico y propuesta de plan de comunicación externa para el Centro Cultural Mixco

Presentado por:

Pedro Javier Montufar Murga

Previo a optar por el título de:

Licenciado en Ciencias de la Comunicación

Asesor:

Licenciada Brenda Chacón

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
Pedro Javier Montufar Murga
Carné 201122570
Presente.

Para su conocimiento y efectos se hace constar que:

Después de evaluar su trabajo académico impreso y de manera virtual, titulado: **“Diagnóstico y propuesta de plan de comunicación externa para el Centro Cultural Mixco”** y luego de haber sustentado el examen privado y defensa de su proyecto de EPS, de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, se aprueba por unanimidad por parte del tribunal examinador.

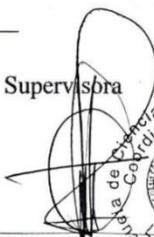
Por tanto, se autoriza el trabajo final en el acta de cierre respectiva e impresión de su trabajo final de EPSL en un número de cinco (5) ejemplares impresos; así como tres (3) CD's con el documento incluido en formato PDF, los cuales deberá entregar un ejemplar a la institución o empresa, el resto a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

Sin más que hacer constar:

“ID Y ENSEÑAD A TODOS”



Lic. Brenda Chacón
Supervisor



Supervisora



M.A. Evelyn Morazán



Coordinación EPS
Licenciatura
Dr. José María Torres Caffera
Coordinador



Guatemala 4 de marzo de 2021
EPSL-C0112

Arquitecto:
Héctor Váldez
Alcaldía Auxiliar Mixco Zona 4
Presente.

Distinguido Arquitecto Váldez:

Por medio de la presente se solicita aceptar como practicante del programa de graduación del EPS de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, al estudiante **Pedro Javier Montufar Murga**, carné no. **201122570** quién manifestó su deseo de hacer Práctica Supervisada en su institución, para el efecto se requiere lo siguiente:

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

Atentamente,

"ID Y ENSEÑAR A TODOS"



Dr. José María Torres Carreña
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



OFICIO: CCM/009-74-2021

Ciudad de Mixco 22 de marzo de 2,021

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

Estimado Señor Dr.:

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

PEDRO JAVIER MONTUFAR MURGA

Quien se identifica con el carné No. **201122570**

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



BBA Fernando Dávila Rafael
Coordinador Extracurricular CEM

[Transmitido por nuestra Casilla]

ADMINISTRACIÓN 2016-2020



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



Dedicatoria

A Dios:

Por haberme acompañado y guiado a lo largo de mi carrera, por ser mi fortaleza en los momentos de debilidad y por darme la oportunidad de culminar esta etapa de mi vida llena de aprendizaje.

A mis padres:

Evelin Edith Murga Ramírez de Montufar y Luis Arturo Montufar Donis quienes estuvieron presentes en cada una de las etapas y me alentaron en todo momento a seguir adelante para culminar con gran satisfacción esta parte de mi vida poniendo en práctica siempre los valores y enseñanzas que me enseñaron día a día.

A mi hermano:

Pablo Luis Montufar Murga por su apoyo incondicional en todo momento ante cualquier circunstancia, motivándome con sus palabras para que alcanzara la meta.

A mi amigo:

Diego Rodrigo López García quien me estuvo apoyando cada vez que le necesitaba y sé que está orgulloso de mí por haber llegado al final de esta fase.





Agradecimientos

Universidad de San Carlos de Guatemala:

A mí amada Alma Mater, por abrirme las puertas para mi formación académica.

A la Escuela de Ciencias de la Comunicación, mi unidad académica, fuente de los conocimientos que ahora desempeño y donde compartí momentos difíciles y muy gratos al lado de personas que hasta el día de hoy me brindan su amistad.

A todos mis docentes:

Quienes, me brindaron sus conocimientos a lo largo de mi preparación académica y profesional.

Al coordinador y supervisores del EPSL:

Gracias por el esfuerzo y apoyo demostrados durante cada una de las etapas del EPSL 2021, siempre estuvieron dispuestos a resolver cada una de nuestras inquietudes o problemas.

A mi asesor:

Licenciada Brenda Chacón, por su paciencia para ayudarnos en todo momento, por el tiempo que invirtió en nosotros para trasladarnos información constantemente y por todo el apoyo para el desarrollo del presente proyecto.

A Alcaldía Auxiliar de zona 4 de Mixco:

Por abrirme las puertas para realizar mi Práctica Profesional Supervisada, facilitando los canales de comunicación para realizar el diagnóstico, plan estratégico y la ejecución del mismo. Gracias Arquitecto Héctor Valdez por todo el apoyo y la oportunidad de dejar huella en su institución.

A cada uno que estuvo presente para ayudarme a llevar a cabo con éxito este proyecto.



Índice

Índice de figuras	i
Índice de tablas	iii
Introducción.....	iv
Antecedentes.....	v
Justificación.....	vi
Capítulo I.....	1
Diagnóstico de comunicación.....	1
1.1 La institución.....	1
1.2 Perfil institucional	1
1.3 Ubicación geográfica	1
1.4 Integración y alianzas estratégicas	2
1.5 Origen e historia:	2
1.6 Departamentos o dependencias de la institución.....	3
1.7 Organigramas	3
1.8 Misión.....	4
1.9 Visión.....	4
1.10 Objetivos institucionales	4
1.11 Público objetivo	5
1.12 Diagnóstico	5
1.13 Objetivo general	6
1.13.1 Objetivo específico.....	6
1.14 Tipos de investigación	6
1.15 Enfoque.....	6



1.16 Técnicas de recolección de datos	7
1.16.1 Observación	8
1.16.1.1 Tipos de investigación	8
1.16.2 Documentación	10
1.16.3 Entrevistas de profundidad	11
1.16.4 Grupos Focales.....	12
1.16.5 Encuestas	12
1.17 Interpretación de resultados	14
1.18 FODA.....	29
1.19 Problemas detectados.....	31
1.20 Planteamiento del problema comunicacional.....	31
1.21 Indicadores de éxito.....	32
1.22 Proyecto a desarrollar:	32
Capítulo II.....	33
Plan estratégico de comunicación.....	33
2.1 Descripción técnica del plan estratégico de comunicación.....	34
2.2 Misión	34
2.3 Visión.....	35
2.4 Elementos comunicacionales	35
2.4.1 Comunicación	35
2.4.2 Comunicación externa.....	35
2.4.3 El plan estratégico de comunicación.....	36
2.4.4 Facebook.....	36
2.4.5 Las redes sociales	36



2.4.6 Identidad gráfica	37
2.5 Alcances y límites de la estrategia.....	39
2.5.1 Alcances	39
2.5.2 Límites.....	39
2.6 Metodología para la aplicación de la estrategia comunicacional	39
2.6.1 Objetivo general.....	40
2.6.2 Objetivo específico.....	40
2.6.3 Acciones para conseguir los objetivos	41
2.6.4 Los indicadores para medir su cumplimiento	41
2.6.5 Los instrumentos.....	41
2.6.6 Actividades para la operatividad de la estrategia.....	42
2.6.6.1 Propuesta 1: Elaboración de logo institucional	42
2.6.6.2 Propuesta 2: Realización de rótulo	43
2.6.6.3 Propuesta 3: Creación de página en <i>Facebook</i>	44
2.7 Financiamiento	44
2.8 Presupuesto	44
2.9 Beneficiarios.....	45
2.10 Recursos humanos	46
2.11 Área geográfica de acción.....	46
2.12 Cuadro comparativo de la estrategia.....	46
2.13 Cronograma del plan de comunicación	48
Capítulo III	49
Informe de Ejecución	49
3.1 Nombre de la ejecución número uno de la estrategia	49



3.2 Nombre de la ejecución número dos de la estrategia	51
3.3 Nombre de la ejecución número tres de la estrategia.....	52
3.4 Actividades y calendarización	54
Conclusiones.....	58
Recomendaciones	59
Referencias bibliográficas	60
Egrafía	61
Anexos.....	62





Índice de figuras

Figura 1. Ubicación geográfica	2
Figura 2. Organigrama de la Alcaldía Municipal zona 4 de Mixco	3
Figura 3. Organigrama del Centro Cultural Mixco.....	4
Figura 4. Gráfica del género	14
Figura 5. Gráfica de edad	15
Figura 6. Gráfica sobre el conocimiento previo del Centro Cultural Mixco.....	16
Figura 7. Gráfica sobre el conocimiento de la población sobre la ubicación del Centro Cultural Mixco	17
Figura 8. Gráfica de la evaluación sobre el medio de comunicación utilizado	18
Figura 9. Gráfica sobre el interés de la realización de evento en el Centro Cultural Mixco	19
Figura 10. Gráfica de la importancia de dar a conocer el Centro Cultural Mixco.	20
Figura 11. Gráfica de comunicación entre el Centro Cultural Mixco y la población.....	21
Figura 12. Gráfica sobre las actividades realizadas por el Centro Cultural Mixco	22
Figura 13. Gráfica sobre el apoyo municipal a los talentos artísticos	23
Figura 14. Gráfica sobre el interés por recibir apoyo municipal	24
Figura 15. Gráfica sobre el procedimiento para solicitar el uso de las instalaciones	25
Figura 16. Gráfica sobre la recomendación para realización de eventos.....	26
Figura 17. Gráfica sobre la preferencia por obtener información en redes sociales.....	27
Figura 18. Gráfica de la opinión sobre la Municipalidad zona 4 de Mixco	28
Figura 19. Análisis FODA.....	30
Figura 20. Propuesta de logo institucional	43
Figura 21. Figura de la propuesta de rótulo.....	43
Figura 22. Presupuesto	45



Figura 23. Logotipo	50
Figura 24. Letrero	52
Figura 25. Fotografía perfil social del Centro Cultural Mixco Mixco.....	53
Figura 26. Reunión con Arquitecto Héctor Valdezy Licenciado Fernando Dávila, 2021	67
Figura 27. Reunión con Arquitecto Héctor Valdez, 2021	67
Figura 28. Reunión con Arquitecto Héctor Valdez para la realización de entrevista, 2021	68
Figura 29. Once capturas de pantalla de <i>Whatsapp</i> , 2021	69
Figura 30. Tres capturas de pantalla de presentación a través de <i>Zoom</i> , 2021	71
Figura 31. Fotografías de visitas al Centro Cultural Mixco	72



Índice de tablas

Tabla 1. Género	14
Tabla 2. Edad.....	15
Tabla 3. Conocimiento previo del Centro Cultural Mixco	16
Tabla 4. Conocimiento de la población sobre la ubicación del Centro Cultural Mixco	17
Tabla 5. Evaluación sobre el medio de comunicación utilizado	18
Tabla 6. Interés de la realización de evento en el Centro Cultural Mixco	19
Tabla 7. Importancia de dar a conocer el Centro Cultural Mixco	20
Tabla 8. comunicación entre el Centro Cultural Mixco y la población	21
Tabla 9. Actividades realizadas por el Centro Cultural Mixco	22
Tabla 10. apoyo municipal a los talentos artísticos	23
Tabla 11. Interés por recibir apoyo municipal.....	24
Tabla 12. procedimiento para solicitar el uso de las instalaciones	25
Tabla 13. Recomendación para realización de eventos	26
Tabla 14. Preferencia por obtener información en redes sociales	27
Tabla 15. Opinión sobre la Municipalidad zona 4 de Mixco	28
Tabla 16. Presupuesto	44
Tabla 17. Cuadro comparativo de la estrategia	47



Introducción

La comunicación en las organizaciones es el conjunto de mensajes que transmite tanto su público interno como externo dando a conocer su visión y misión, logrando establecer una empatía entre ambos. En las empresas, los efectos positivos de la comunicación son evidentes: mejora la competitividad de la organización, así como la forma en la que se puede adaptar a los cambios que se produzcan en su entorno, con el fin de conseguir los objetivos que se hayan propuesto.

En el siguiente informe se plantea en principio el diagnóstico con la intención de fortalecer las líneas de comunicación externa en el Centro Cultural Mixco que corresponde a la Alcaldía Municipal de la zona 4 de Mixco, el cual es un establecimiento construido en el 2020 que actualmente presta servicios de arte y cultura para que las personas que tengan talentos puedan dirigirse a este lugar a explotar sus dones o desarrollar aquello que les apasiona y de esta forma reducir los grupos clandestinos.

Asimismo, se comprende la elaboración de la estrategia de comunicación externa para la difusión de información del Centro Cultural Mixco hacia los vecinos de la zona.

De igual forma, se podrá observar que en esta etapa del diagnóstico, se encuentra la información más importante del Centro Cultural Mixco la cual es de gran ayuda para determinar las carencias que comprende el establecimiento ya que se podrá evidenciar que no tienen una estrategia de comunicación, identidad gráfica que sea propia del lugar ya que no cuenta con un logo que le identifique y la mayoría desconocen la ubicación de la institución y los eventos que ahí se llevan a cabo, lo cual sería importante dar a promover en las redes sociales.

La información fue recolectada a través de las técnicas de observación, entrevistas de profundidad a la población y encuestas que se realizaron con base en la muestra obtenida.

A su vez, se podrá identificar las propuestas generadas a partir de un plan estratégico de comunicación con el objetivo de fortalecer los aspectos más relevantes que afectan al Centro Cultural Mixco.

Es así como se presenta un proyecto de comunicación para cubrir las necesidades a corto y mediano plazo, de acuerdo a los problemas detectados.



Antecedentes

El Centro Cultural Mixco es una institución fundada en el año 2020 por lo que actualmente no existen antecedentes de investigación o proyectos desarrollados en relación con las estrategias de comunicación.

Este es el primer informe que se llevará a cabo sobre este establecimiento por lo que la municipalidad de Mixco esta agradecida con la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad San Carlos de Guatemala con el apoyo que obtendrá por parte del estudiante para llevar a cabo el Ejercicio Profesional Supervisado -EPS-.

Actualmente indican que necesitan la colaboración y el apoyo de un comunicador para lograr una estrategia que mejore la perspectiva que tiene la comunidad de la zona 4 de Mixco sobre el Centro Cultural Mixco con base en publicidad que genere información positiva de las actividades y eventos que se realizan dentro de la institución.

Detectando los aspectos negativos a través de una observación no participante en la cual no se intervendrá en lo observado para poder determinar las carencias de la institución ya que en principio se ha detectado que cultural muestra ser una institución formal apoyada por la municipalidad de Mixco, aunque suele verse afectada por ellos mismos debido a la mala percepción que la población tiene de la municipalidad y que actualmente no cuentan con un logo institucional que los identifique.

Es por ello que este proyecto para el estudiante será un desafío ya que se necesita llamar la atención de la población con la elaboración de una estrategia de comunicación quien junto con el apoyo de la municipalidad esperan alcanzar el objetivo, así mismo es gratificante para el estudiante ser el primero en realizar este proyecto que traerá consigo un efecto positivo para el Centro Cultural Mixco



Justificación

La Alcaldía Municipal de Mixco de la zona 4 se caracteriza por buscar siempre una mejor calidad de vida de los vecinos de la ciudad, es por ello que se pensó en crear el Centro Cultural Mixco, con la intención de ser aprovechado al máximo ya que el objetivo principal de este establecimiento es para beneficiar a la población con distintas actividades de recreación o bien para la realización de eventos de cada vecino.

Si bien el Centro Cultural Mixco es un proyecto reciente, se debe tomar en cuenta que se necesita dar a conocer aún más de lo que ya se conoce actualmente, esto debido a que se ha detectado por parte de los altos mandos que la institución necesita una estrategia de comunicación que ayude a trasladar toda la información, actividades y eventos que dicho establecimiento ofrece.

Es por ello que se detecta que es necesario un plan de comunicación externa efectiva y pertinente que involucre al Centro Cultural Mixco y a los vecinos de la zona 4 de Mixco que busque atender a las necesidades y características del establecimiento logrando así generar una mayor participación de los pobladores.

Se busca también junto con lo anteriormente mencionado, que este proyecto sea llevado a cabo para que las personas de dicha zona logren estar informados constantemente a través de las redes sociales ya que actualmente no cuentan con ninguna página *web* que traslade datos relevantes y a su vez sepan de la existencia de este recinto.

Es necesario mencionar que al elaborar este plan de comunicación es también de gran beneficio para la municipalidad ya que es imprescindible que la comunidad se dé cuenta sobre los distintos proyectos positivos que se realizan constantemente en la zona ya que muchos critican las acciones que se han llevado a cabo.

Una vez que se concluya con este proyecto se espera que tanto el Centro Cultural como la población sean beneficiados debido a que el establecimiento necesita que más personas participen constantemente en sus actividades, y la comunidad necesita de un lugar para recrearse.



Capítulo I

Diagnóstico de comunicación

1.1 La institución

Alcaldía Municipal zona 4 de Mixco / Centro Cultural Mixco

1.2 Perfil institucional

La alcaldía municipal administra los asuntos municipales y prestar los servicios públicos que determine la ley. También planifica el desarrollo social, ambiental y económico.

El Centro Cultural Mixco presta servicios de arte y cultura para que las personas que tengan talentos puedan dirigirse a este lugar a explotar sus dones o desarrollar aquello que les apasiona y de esta forma reducir los grupos clandestinos.

También cuenta con una cancha de fútbol con gramilla sintética, gimnasio al aire libre, actividades de zumba y salsa donde se ha tenido la participación de hasta 300 personas, una concha acústica en la que se han realizado distintas presentaciones o actividades como por ejemplo elecciones de reina, clausura de desfile hípico, conciertos, aperturas de ciclos de humanidades, clausura del Centro de Estudios Municipal (CEM), graduaciones de policías de EMIXTRA y de la novena promoción bomberos y actualmente es un centro de vacunación COVID-19

1.3 Ubicación geográfica

La alcaldía se encuentra en la 2da. Ave. 5-80 Col. Montserrat 2, zona 4 de Mixco y el Centro Cultural Mixco se encuentra ubicado en el Bulevar San Nicolás 8-31 del Paseo de los Campeones zona 4 de Mixco.



Figura 1. Ubicación geográfica



Fuente: Google Maps

1.4 Integración y alianzas estratégicas

El Arquitecto Héctor Valdez, quien funge como alcalde auxiliar detalló en información brindada personalmente que el Centro Cultural Mixco cuenta con un moderno edificio realizado gracias al apoyo del gobierno de los Estados Unidos que de esta forma confía y apoya al gobierno municipal de Neto Bran, quien es el actual alcalde municipal.

Esto fue gracias a la Municipalidad de Mixco, la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional USAID y Mercy Corps Guatemala a través del proyecto *Convivimos*; para suministrar las necesidades del establecimiento se realizan donaciones de las personas que desean utilizar las instalaciones,

1.5 Origen e historia:

Se creó en el 2020 a través de las entidades USAID y Mercy Corps el cual en principio era llamado centro comunitario tomando la idea de que fuera un salón comunal, pero se cambió el enfoque y el nombre para que la gente tuviera otra perspectiva del establecimiento.

Asimismo, nace por la pérdida y abandono de lugares municipales que anteriormente se tenían en Mixco, ya que hubo localidades que estaban siendo mal utilizadas por la misma sociedad que generaban vandalismo. Las áreas públicas estaban pobladas de gente sin escrúpulos, por lo que la



municipalidad se vio en la necesidad de rescatar el lugar que se conoce ahora como Centro Cultural Mixco.

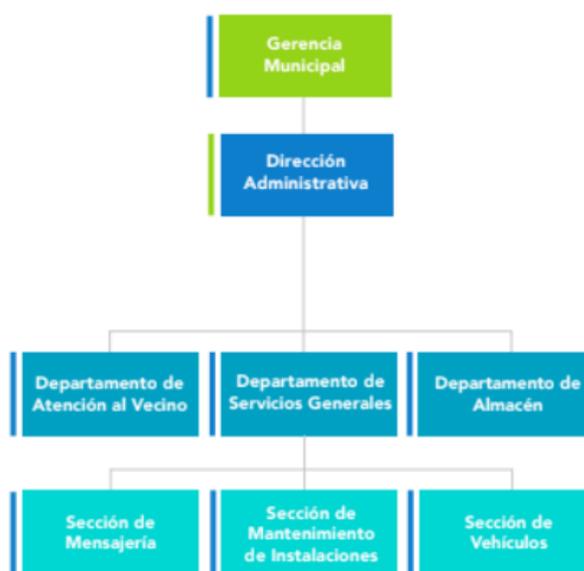
1.6 Departamentos o dependencias de la institución

El Centro Cultural Mixco se maneja a través de unidades en la cual hay una unidad de limpieza, de seguridad, unidades lógicas que brindan servicios básicos como agua potable, energía eléctrica, de limpieza, plomeros que dependen de la municipalidad, también se cuentan con policías municipales de tránsito para que en cualquier actividad que se realice lleven un control del flujo vehicular. La persona encargada de manejar el área administrativa es Flor Gómez, con ella se abocan las personas cuando desean realizar alguna actividad en el establecimiento.

1.7 Organigramas

Dentro del presente apartado se detallan los organigramas de la Alcaldía Municipal de la zona 4 de Mixco y del Centro Cultural Mixco respectivamente.

Figura 2. Organigrama de la Alcaldía Municipal zona 4 de Mixco



Fuente: Municipalidad de Mixco (2021)



Figura 3. Organigrama del Centro Cultural Mixco



Fuente: Municipalidad de Mixco (2021)

1.8 Misión

La misión municipal es detallada en Municipalidad de Mixco (2018) de la siguiente manera: Somos un municipio seguro, con servicios públicos de calidad, que con un desarrollo social, económico y ambiental sostenible, una infraestructura vial óptima y un ordenamiento territorial brinda una mejor calidad de vida a los vecinos de la Ciudad de Mixco, contando para ello con un personal calificado que en base a valores y principios administra con transparencia los recursos y los transforma en beneficios para la población Mixqueña.

1.9 Visión

La visión municipal es detallada en Municipalidad de Mixco (2018) de la siguiente manera: Ser una Municipalidad que brinde servicios públicos eficientes para garantizar el desarrollo integral sostenible del municipio que permita una mejora de la calidad de vida y un bienestar integral a la población Mixqueña.

1.10 Objetivos institucionales

- Se busca redireccionar el flujo del tráfico vehicular que rodea el establecimiento para evitar divisiones de calles que se encuentran entre el Centro Cultural Mixco así lograr unificar toda el área en un solo bloque.



- Remodelar el complejo el cual recibirá como nombre Distrito Cultural.
- Lograr que la población de la zona 4 de Mixco se entere de que actividades se realizan en el Centro Cultural Mixco.
- Realizar su propia identidad gráfica, creando a la vez su página *web* y página en *Facebook* para que la gente no relacione el Centro Cultural Mixco con a la Municipalidad de Mixco ya que existe una animadversión y mala percepción del pueblo hacía el gobierno, municipalidades o alcaldías.
- Trasladar una buena comunicación hacía la población dando a conocer las distintas labores que se realizan para que la gente cambie la percepción que tiene del Centro Cultural Mixco y esté interesada en participar en las actividades culturales que se llevan a cabo.

1.11 Público objetivo

Será para la población de hombres y mujeres con estatus económico media baja comprendida entre las edades de 30 a 60 años que residen en la zona 4 de Mixco, que actualmente tienen una mala percepción de la municipalidad y que en su mayoría transitan por las cercanías del Centro Cultural Mixco.

1.12 Diagnóstico

Detalla Rivas (2021) que la palabra diagnóstico tiene origen etimológico en el griego, es un término que está formado por el prefijo *diag* que significa a través de; la palabra *gnosis* que es sinónimo de *conocimiento* y el sufijo *-tico* que se define como relativo a. En general indica el análisis que se realiza para determinar cuál es la situación y cuáles son las tendencias de la misma.

Un diagnóstico de comunicación consiste en el reconocimiento de la situación actual de la organización, en todas sus áreas y los distintos grupos que las conforman, con el objetivo de evaluar la eficacia de los sistemas de comunicación de la organización, y así generar cambios en ella.



También se entiende que es el punto de partida para sentar las bases del Plan Estratégico de Comunicación Interna, partiendo de un escenario actual hacia el escenario deseado (Delgado, 2005).

1.13 Objetivo general

Identificar la percepción de comunicación externa que tienen los vecinos de la zona 4 de Mixco hacia el Centro Cultural Mixco durante marzo y abril del 2021.

1.13.1 Objetivo específico

- Demostrar a través de un medio de comunicación impreso que el Centro Cultural Mixco cuenta con un establecimiento a disposición de la población.
- Determinar los canales de comunicación que utiliza el Centro Cultural Mixco para informar al público de la realización de eventos.
- Evidenciar las distintas actividades que se realizan en el Centro Cultural Mixco a través de su propia página en *Facebook*.

1.14 Tipos de investigación

Descriptiva: se encarga de puntualizar las características de la población que está estudiando. Esta metodología se centra más en el *que* en lugar del *por qué* del sujeto de investigación. Su objetivo es describir la naturaleza de un segmento demográfico, sin centrarse en las razones por las que se produce un determinado fenómeno. Es decir, *describe* el tema de investigación, sin cubrir *por qué* ocurre.

“La investigación descriptiva busca especificar propiedades, características y rasgos importantes de cualquier fenómeno que se analice. Describe tendencias de un grupo o población” (Hernández, Fernández y Baptista, 2010, p. 80).

1.15 Enfoque

Cualitativa: es un conjunto de técnicas de investigación que se utiliza para obtener una visión general del comportamiento y percepción de las personas sobre un tema en particular. Genera



ideas y suposiciones que pueden ayudar a entender cómo se percibe un problema por la población objetivo y ayuda a definir o identificar opciones relacionadas con ese problema.

La investigación cualitativa es inductiva. Los investigadores desarrollan conceptos, interacciones y comprensiones partiendo de pautas de los datos, y no recogiendo datos para evaluar modelos, hipótesis o teorías preconcebidos. En los estudios cualitativos los investigadores siguen un diseño de la investigación flexible (Taylor y Bogdan, 1987, p. 20).

Al respecto de los investigadores que utilizan el enfoque cualitativo, los autores argumentan “Los investigadores cualitativos tratan de comprender a las personas dentro del marco de referencia de ellas mismas. Para la perspectiva fenomenológica y por lo tanto para la investigación cualitativa es esencial experimentar la realidad tal como otros la experimentan” (Taylor y Bogdan, 1987, p. 20).

Cuantitativa: consiste en recolectar y analizar los datos numéricos. Este método es ideal para identificar tendencias y promedios, realizar predicciones, comprobar relaciones y obtener resultados generales de poblaciones grandes. Este proceso se lleva a cabo con el uso de herramientas estadísticas y matemáticas con el propósito de cuantificar el problema de investigación. (Koto, 2021)

Mixta: es un tipo de investigación en la cual el investigador utiliza más de un método para obtener resultados. En su mayor parte, esto involucra el desarrollo de investigaciones combinando una metodología cuantitativa con una cualitativa para así obtener resultados más extensos. Este sería el enfoque desarrollado en el presente proyecto, ya que se analizarán datos de carácter cualitativo y cuantitativo. (Ayala, 2021).

1.16 Técnicas de recolección de datos

La recolección de datos se refiere al uso de una gran diversidad de técnicas y herramientas que pueden ser utilizadas por el analista para desarrollar los sistemas de información, los cuales pueden ser la entrevista, la encuesta, el cuestionario, la observación, el diagrama de flujo y el diccionario de datos. (Lebet, 2013, p. 5).



Todos estos instrumentos se aplicarán en un momento en particular, con la finalidad de buscar información que serán de gran utilidad para la investigación, es por ello que dentro de este proceso se han aplicado las siguientes técnicas de investigación:

- La encuesta
- La entrevista
- La observación

1.16.1 Observación

Es uno de los primeros pasos en la investigación que se rige por el método empírico-analítico, que es un método posible del método científico, muy empleados en las ciencias naturales y en las ciencias sociales. En ese sentido la observación consiste en la recopilación directa de datos a partir de la naturaleza mediante trabajos de campo o trabajos de laboratorio.

Hernández, Fernández y Baptista (2010) señalan al respecto de la observación que “Este método de recolección de datos consiste en el registro sistemático, válido y confiable de comportamientos y situaciones observables, a través de un conjunto de categorías y subcategorías” (p. 260). En líneas generales, la observación es una tarea descriptiva. Es decir, señala como son las cosas y sirve para comprender el estado de la cuestión antes de intervenir de ninguna manera. Sin embargo, también se entiende la observación como un proceso activo de selección y clasificación mental, o sea, como una forma de ordenar lo percibido.

1.16.1.1 Tipos de investigación

Hay muchas clasificaciones posibles para la observación. En primer lugar, se puede definir entre:

- La observación directa: que se produce cuando el investigador está en contacto sin intermediarios con el fenómeno observado.
- La observación indirecta: en la que es imposible estar en contacto con el fenómeno, pero se le puede observar a través de otros elementos cercanos o a través de su contexto.

Por otro lado, dependiendo del grado de intromisión del investigador en lo que observa podemos diferenciar:



-La observación no participante: en la que el investigador no interviene en lo observado, y su presencia no necesita ser tomada en consideración en el análisis de la observación obtenida.

-La observación participante: en la que el investigador si interviene y forma parte de lo observado, alterando la información recogida y debiendo ser tomada en cuenta en el análisis.

También es posible clasificar la observación de acuerdo a los protocolos que la rigen y al nivel de sistematicidad que la rige de la siguiente manera:

-La observación asistemática: por un lado, no sigue ningún sistema ni método, sino que se basa en la apreciación libre del fenómeno por parte del investigador.

-La observación semi-sistemática: involucra ya un cierto nivel de predeterminación en lo observado, es decir, que ciertos elementos si fijan a priori, y se sabe qué cosa se busca observar, pero los datos obtenidos aún no están categorizados, sino que siguen siendo libres.

-La observación sistemática: por último, es aquella que logra agrupar la información obtenida mediante la observación de acuerdo a criterios fijados a priori, aplicando una metodología y con un horizonte de resultados esperados.

Finalmente, otros tipos posibles de observación son los que distinguen donde se produce la observación:

-La observación de campo: en primer lugar, se produce directamente en la naturaleza, o en el contexto dado del fenómeno que se observa.

-La observación de laboratorio: en cambio, se lleva a cabo en un ambiente controlado en la que las variables que intervienen en el fenómeno están conocidas de antemano y pueden ser modificadas a voluntad, o sea, a un laboratorio (Raffino, 2020).

El Centro Cultural Mixco muestra ser una institución formal apoyada por la municipalidad de Mixco, aunque suele verse afectada por ellos mismos debido a la mala percepción que la población tiene hacia la municipalidad. De igual forma su ubicación al estar en medio de dos calles y dividida por un retorno vehicular no da una buena facilidad para trasladarse en las instalaciones.



Otro factor observado es que actualmente no cuentan con una figura institucional que los identifique como una institución la cual busca incentivar a la población a participar en desarrollar sus habilidades y talentos en temas relacionados con el arte.

El Centro Cultural Mixco se ve delimitado también a no contar con un departamento propio que los apoye en la realización de distintos proyectos para promoción de eventos que generen una buena figura de la institución, así mismo se han visto afectados por el reciente virus de Covid-19 en la cual se han paralizado distintas actividades que se tenían programadas para incentivar a la población a desarrollar sus habilidades artísticas.

Esta etapa fue realizada durante ocho horas las cuales fueron divididas entre la municipalidad de la alcaldía en la zona 4 de Mixco y el Centro Cultural Mixco.

1.16.2 Documentación

Se realizó una búsqueda en *Google* con el nombre de Centro Cultural Mixco y entre los resultados, se constató la existencia de un artículo periodístico y una página *Web* que hablan sobre la importancia de la construcción de este establecimiento.

En el sitio *web El Metropolitano* el 6 de agosto del 2020 se difundió la noticia de la inauguración de este establecimiento en el cual el alcalde municipal, Neto Bran, hizo referencia en el sentido del proyecto por ser dirigido hacia los jóvenes.

De igual forma en la página oficial de *Facebook* de la Alcaldía Auxiliar Zona 4 de Mixco se publicó el 27 de enero del 2020 que se iba a llevar a cabo la construcción del Centro Cultural Mixco en el cual se iban a impartir actividades culturales de pintura, escultura y arte urbano difundiendo con ello también la una maqueta *3D* para un mejor entendimiento.

Asimismo la mayor parte de la información se recaudó a través de lo comentado por los altos mandos de la Alcaldía Municipal zona 4 de Mixco esto debido a que al ser un establecimiento recién construido no cuenta con documentos informativos físicos ni con una página *web* propia de la institución.



1.16.3 Entrevistas de profundidad

Se denomina entrevista al encuentro de dos o más personas en la que una de ellas es consultada en lo referente a aspectos personales, laborales, sociales, entre otros. La entrevista puede ser de índole privada o con un público que es capaz de escuchar las preguntas y respuestas. Taylor y Bogdan (1987) señalan que “la entrevista a profundidad son encuentros dirigidos hacia la comprensión de las perspectivas que tienen los informantes respecto a sus vidas, experiencias o situaciones, tal como lo expresan con sus propias palabras” (p. 101).

Existen distintos tipos de entrevistas según el tipo de contexto del que se hable. Así, por ejemplo, se puede hacer referencia a entrevistas periódicas, de trabajo, médicas, etc. En el proceso de entrevistar a alguien se establece una relación informativa de índole unilateral, mientras que la otra parte se limita a hacer las preguntas más pertinentes para la obtención de respuestas que agreguen valor a una audiencia o sean de importancia para la evaluación de una situación determinada (Ramos, 2014).

En la entrevista realizada al alcalde auxiliar de la Municipalidad zona 4 de Mixco, arquitecto Héctor Valdez, quien tiene la máxima autoridad sobre el Centro Cultural Mixco comenta que “no se le ha dado la atención suficiente al establecimiento para darlo conocer ya que no cuenta con su propia figura institucional ni con una página *web* que brinde la información necesaria.” (Entrevista Valdez, 2021).

“Sin embargo ha sido utilizado para realizar distintas actividades de zumba, clases de karate, clases de marimba, guitarra, batería y actualmente es utilizado por el ministerio de Salud como centro de vacunación contra el Covid-19.”(Entrevista Valdez, 2021).

Así mismo comentó que el Centro Cultural Mixco ha tenido bastante aceptación por la comunidad ya que incluso personas de otras zonas se han acercado a participar en algunas actividades como lo fue la selección de la reina de Mixco, la inauguración de los EMIXTRA y la graduación de los bomberos municipales de Mixco y recientemente lo ha requerido el Ministerio de Agricultura Ganadería y Alimentación MAGA para la repartición de víveres.



Por otro lado, la coordinadora del Centro Cultural Mixco, Flor Gómez, detalló en entrevista que existe la necesidad de mejorarlas ya que el establecimiento no cuenta con un letrero o algo que lo identifique, “la pandemia de Covid-19 ha venido a estropear los planes de querer darle una figura dejando al descuido al Centro Cultural Mixco” (Entrevista Gómez, 2021)

Se percibió que la mayor necesidad que hay en el Centro Cultural Mixco es el de tener una figura propia que ayude a identificar al Centro Cultural Mixco como un lugar para realizar distintos eventos y así mismo ha y una falta de información hacia la comunidad que traslade las actividades que allí se llevan a cabo, por lo que se concluye con que no hay una buena comunicación entre el Centro Cultural Mixco y la población de la zona.

1.16.4 Grupos Focales

La necesidad de información sobre las actividades que se realizan en el Centro Cultural Mixco es esencial para las personas que desean realizar algún evento o tienen interés en participar en alguna actividad de las que se llevan a cabo. Según el arquitecto Valdez, en entrevista realizada en el año 2021, detalló que no se cuenta con un letrero que identifique el Centro Cultural Mixco ni con una página que informe de las actividades que se pueden realizar y la mayoría ni sabe cómo solicitar el establecimiento para un evento.

La coordinadora, Flor Gómez, indica “el Centro Cultural Mixco cuenta con buenas instalaciones ya que recién se acaba de crear, pero es necesario que se pueda identificar y que sea conocido por la gente ya que el establecimiento tiene capacidad para hasta 300 personas y queremos que todos hagan uso de él.” (Entrevista Gómez, 2021).

1.16.5 Encuestas

Es el estudio a una muestra de personas representativa de una población mucho más amplia, el cual emplea procedimientos estandarizados para la formulación de preguntas, con el objetivo de obtener datos cuantitativos relacionados con un tema en particular.

A través de la aplicación de la encuesta se busca obtener, de forma ordenada y metódica, información acerca de las variables involucradas en el tema de investigación, partiendo de la participación de una población o muestra seleccionada, cuyo análisis permite revelar las



opiniones, costumbres, actitudes, características y aspiraciones comunes de los encuestados. (Rodríguez, 2017)

Según un estudio en la zona 4 de Mixco cuentan con 45,000 habitantes y un aproximado de 10,000 viviendas. De esta forma se tomó como población dicha cantidad para sacar la muestra y con base en ello realizar la cantidad de encuestas.

Para este tipo de muestreo es de poblaciones finitas. Rabolini (2009) explica que la fórmula para calcular la muestra se constituye de la siguiente manera:

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

n = tamaño necesario de la muestra

Z = margen de confiabilidad

p = probabilidad de que el evento ocurra

q = probabilidad de que el evento no ocurra

e = error de estimación

N = tamaño de la población (se conoce pues es finita)

La fórmula da como resultado una muestra de 381 a encuestar, en la cual se alcanzó de forma efectiva con la cantidad necesaria. Entre los resultados se destaca que el 42.50% conoce el Centro Cultural Mixco, sin embargo, el 36.50 % donde queda ubicado y el 80.30% cree que es importante que exista una buena comunicación entre un centro para la sociedad y la comunidad.

Estos datos reflejan la necesidad de ejecutar un plan de comunicación en el cual se pueda dar a conocer la información que se maneja dentro del Centro Cultural Mixco.

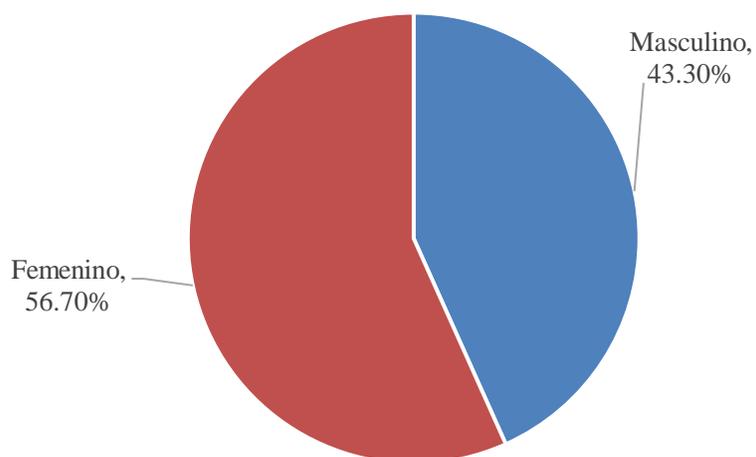


1.17 Interpretación de resultados

A continuación, se presentan las gráficas de cada una de las preguntas realizadas en las encuestas que fueron respondidas por los pobladores de la zona 4 de Mixco.

Pregunta 1: Género

Figura 4. Gráfica del género



Fuente: elaboración propia.

Tabla 1. Género

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Masculino	165	43.3%
Femenino	216	56.7%

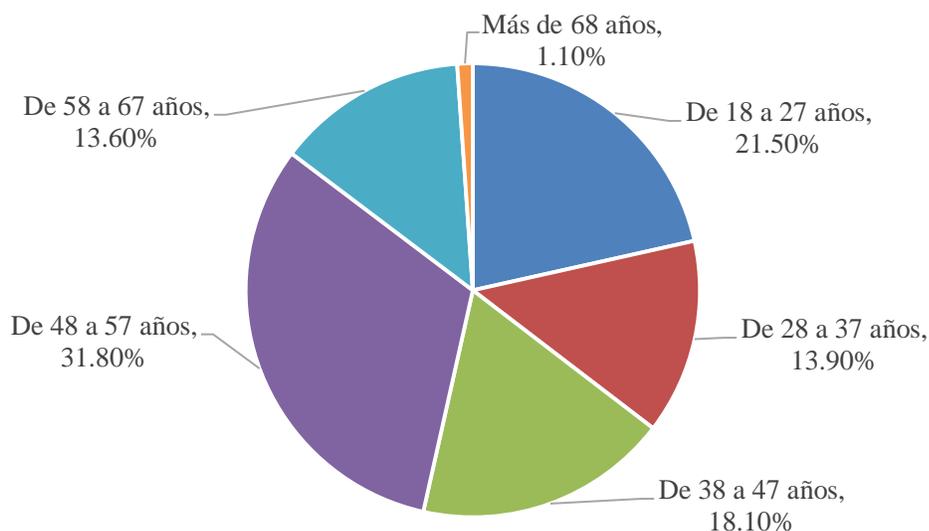
Fuente: elaboración propia.

Interpretación: de todos los encuestados se determinó que fueron más del género femenino quienes realizaron la encuesta alcanzando la cifra de 56.7% mientras que el 43.3% fueron respondidas por el género masculino.



Pregunta 2: Edad

Figura 5. Gráfica de edad



Fuente: elaboración propia.

Tabla 2. Edad

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
De 18 a 27 años	82	21.5%
De 28 a 37 años	53	13.9%
De 38 a 47 años	69	18.1%
De 48 a 57 años	121	31.8%
De 58 a 57 años	52	13.6%
Más de 68 años	4	1.1%

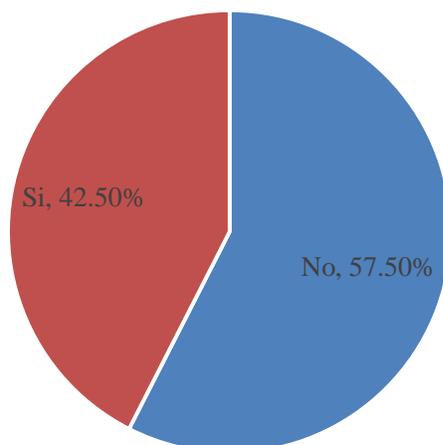
Fuente: elaboración propia.

Interpretación: de los encuestados se determinó que el 13.6% fue entre las edades de 58 a 67 años quienes alcanzaron el porcentaje más bajo, el 13.9% entre 28 a 37 años, 18.1% entre 28 a 37 años, 21.5% entre las edades de 18 a 27 años quienes tuvieron el segundo puesto, mientras que la mayor parte fue respondida por las personas entre las edades de 48 a 57 años alcanzando un porcentaje del 31.8% es acá donde se mostró la mayor cantidad de personas interesadas en responder la encuesta, dejando con solo 1.1% a las personas entre 68 años o más.



Pregunta 3: ¿Conoce usted el Centro Cultural Mixco de la Municipalidad de la zona 4 de Mixco?

Figura 6. Gráfica sobre el conocimiento previo del Centro Cultural Mixco



Fuente: elaboración propia.

Tabla 3. Conocimiento previo del Centro Cultural Mixco

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
No	219	57.5%
Si	162	42.5%

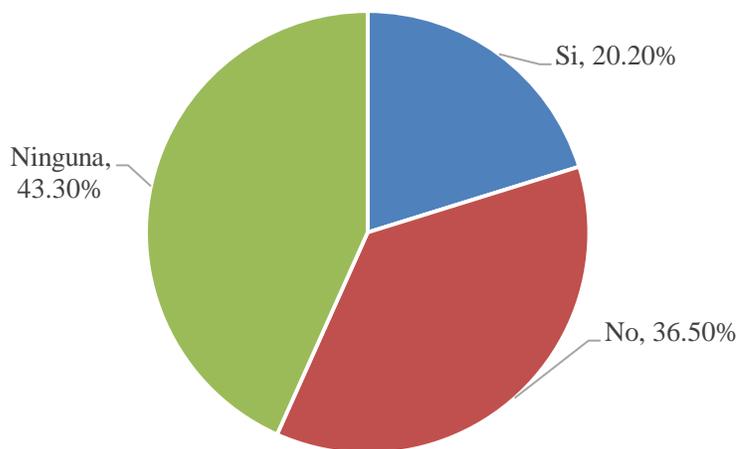
Fuente: elaboración propia.

Interpretación: de esta forma se comprobó que el 57.5% de la población no conoce el Centro Cultural Mixco y un 42.5% conoce este establecimiento por lo que en su mayoría no saben de su existencia.



Pregunta 4. Si respuesta anterior fue Si, podría indicar si conoce donde queda ubicado el Centro Cultural Mixco. Si su respuesta fue No, seleccione Ninguna.

Figura 7. Gráfica sobre el conocimiento de la población sobre la ubicación del Centro Cultural Mixco



Fuente: elaboración propia.

Tabla 4. Conocimiento de la población sobre la ubicación del Centro Cultural Mixco

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Si	77	20.2%
No	139	36.5%
Ninguna	165	43.3%

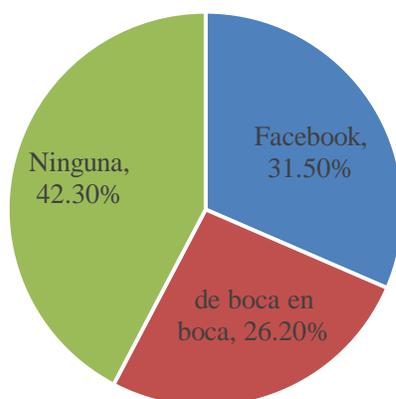
Fuente: elaboración propia.

Interpretación: se pudo determinar que la mayoría con un 43.3% seleccionó ninguna esto debido a la gran cantidad que no conoce el Centro Cultural Mixco, sin embargo, en los que conocen este centro el 36.5% no saben dónde está ubicado este establecimiento, aunque un 20.2% se puede observar que si tiene conocimiento de donde se encuentra dicho lugar.



Pregunta 5: ¿Si usted conoce el Centro Cultural Mixco a través de qué medio de comunicación se entero de la existencia de este establecimiento? Si usted no lo conoce marque Ninguna.

Figura 8. Gráfica de la evaluación sobre el medio de comunicación utilizado



Fuente: elaboración propia.

Tabla 5. Evaluación sobre el medio de comunicación utilizado

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
<i>Facebook</i>	120	31.5%
De boca en boca	100	26.2%
Ninguna	161	42.3%

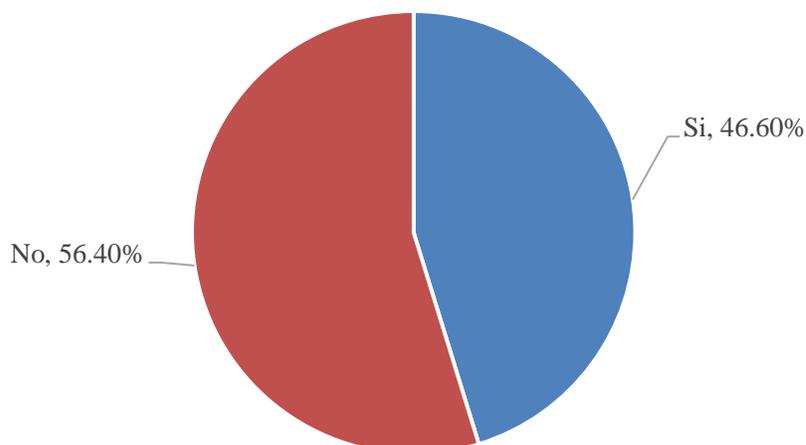
Fuente: elaboración propia.

Interpretación: De los 381 encuestados se destacó que en su mayoría marcaron Ninguna con un 42.3% haciendo referencia a no conocer el establecimiento, sin embargo, el 31.5% saben de la existencia del Centro Cultural Mixco por la aplicación de *Facebook*, siendo solo un 26.2% quienes se han enterado a través de otra persona. Por lo que se puede percibir que la mayoría de los vecinos no conoce que la zona 4 de Mixco cuenta con un Centro Cultural Mixco.



Pregunta 6: ¿Estaría usted interesado(a) en realizar un evento en el Centro Cultural Mixco de la Municipalidad Zona 4 de Mixco?

Figura 9. Gráfica sobre el interés de la realización de evento en el Centro Cultural Mixco



Fuente: elaboración propia.

Tabla 6. Interés de la realización de evento en el Centro Cultural Mixco

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Si	166	43.6%
No	215	56.4%

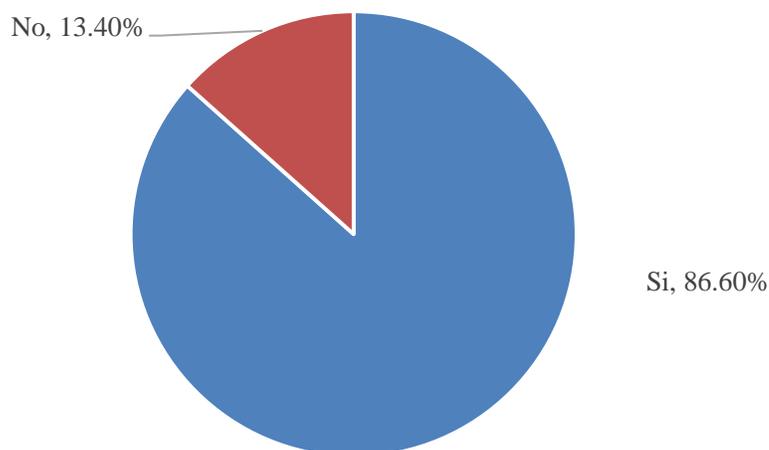
Fuente: elaboración propia.

Interpretación: El 43.6% de la población estaría interesado en realizar un evento dentro del Centro Cultural Mixco, por otra parte el 54.4% son quienes abarcan la mayor cantidad de la población e indican que no muestran interés en llevar a cabo una actividad en ese lugar.



Pregunta 7: ¿Considera que es importante destacar y rotular la existencia de un Centro Cultural Mixco para darlo a conocer?

Figura 10. Gráfica de la importancia de dar a conocer el Centro Cultural Mixco.



Fuente: elaboración propia.

Tabla 7. Importancia de dar a conocer el Centro Cultural Mixco

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Si	330	86.6%
No	51	13.4%

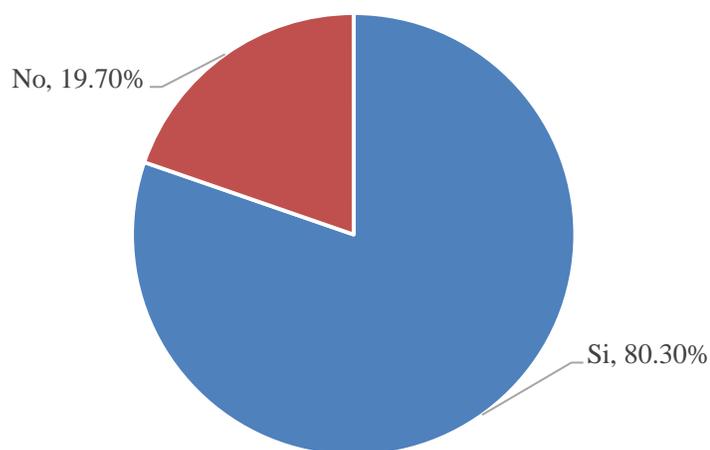
Fuente: elaboración propia.

Interpretación: 330 de los encuestados, que representan el 86.6% opinan de forma positiva indicando que el Centro Cultural Mixco debe de señalizarse con un rótulo para darse a conocer, dejando a solo un 13.4% con una negatividad de que es algo innecesario.



Pregunta 8: ¿Considera que es importante que un centro para la sociedad tenga una buena comunicación constante con la población?

Figura 11. Gráfica de comunicación entre el Centro Cultural Mixco y la población



Fuente: elaboración propia.

Tabla 8. Comunicación entre el Centro Cultural Mixco y la población

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Si	306	80.3%
No	75	19.7%

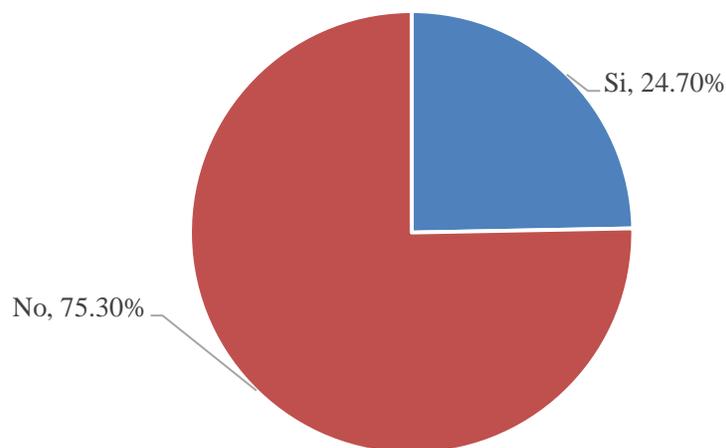
Fuente: elaboración propia.

Interpretación: se pudo determinar que el 80.3% de la comunidad cree que es importante que el Centro Cultural Mixco tenga una constante comunicación con los vecinos manteniéndoles al tanto sobre las actividades que allí se realizan y solo 75 personas que representan el 19.7% opina que no es necesario.



Pregunta 9: ¿Le han informado a través de algún medio de comunicación de las actividades que se realizan en el Centro Cultural Mixco?

Figura 12. Gráfica sobre las actividades realizadas por el Centro Cultural Mixco



Fuente: elaboración propia.

Tabla 9. Actividades realizadas por el Centro Cultural Mixco

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Si	94	24.7%
No	287	75.3%

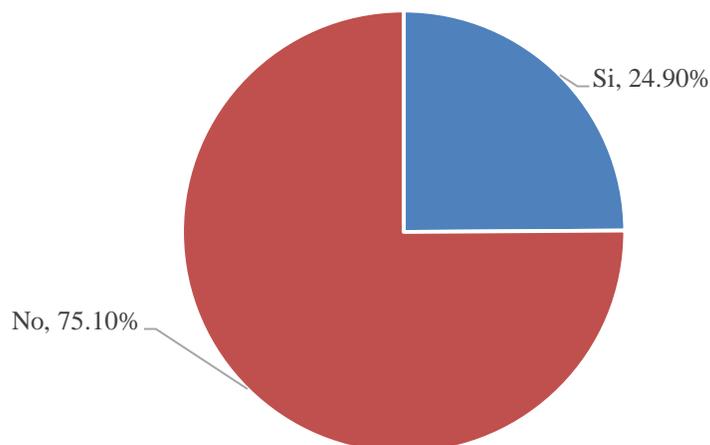
Fuente: elaboración propia.

Interpretación: Existe más de la mitad de la población, con un 75.3% que no conoce ninguna de las actividades que se llevan a cabo, mientras que solo el 24.7% está enterado de los eventos que allí se realizan, esto indica que se debe informar más a la comunidad sobre todo lo que se realiza dentro del Centro Cultural Mixco.



Pregunta 10: ¿Sabía usted que la Municipalidad de la zona 4 de Mixco apoya los talentos artísticos?

Figura 13. Gráfica sobre el apoyo municipal a los talentos artísticos



Fuente: elaboración propia.

Tabla 10. apoyo municipal a los talentos artísticos

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Si	95	24.9%
No	286	75.1%

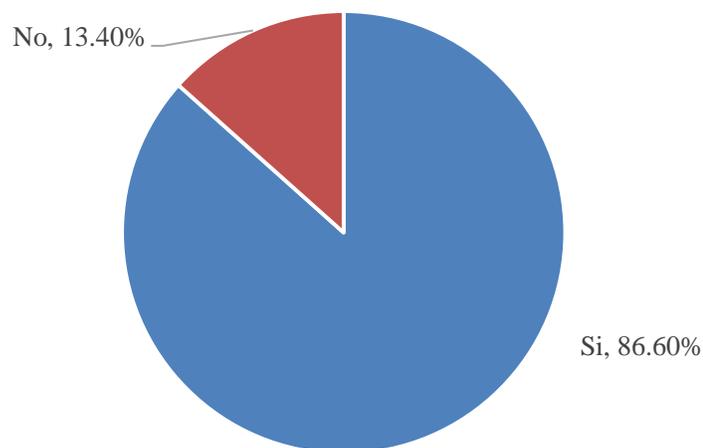
Fuente: elaboración propia.

Interpretación: de los 381 encuestados, 286 personas que representan el 75.1% no están enterados sobre el servicio que presta la Municipalidad de apoyar los talentos artísticos de la comunidad, y solo un pequeño porcentaje del 24.8% tiene conocimiento de este proyecto, por lo que al igual que en la anterior gráfica la falta de comunicación que se tiene del Centro Cultural Mixco hacia población trae como resultado la desinformación.



Pregunta 11: ¿Si usted tuviera un talento artístico estaría interesado por ser apoyado por ser apoyado por la Municipalidad de Mixco?

Figura 14. Gráfica sobre el interés por recibir apoyo municipal



Fuente: elaboración propia.

Tabla 11. Interés por recibir apoyo municipal

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Si	330	86.6%
No	51	13.4%

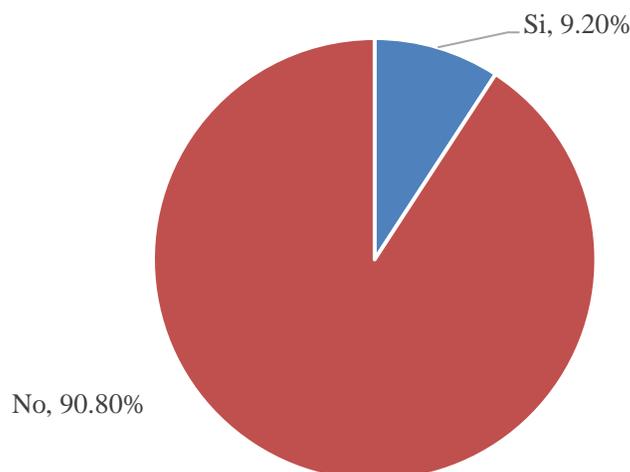
Fuente: elaboración propia.

Interpretación: claramente se puede observar que si la comunidad estuviera informada sobre las actividades que se llevan a cabo y sobre el apoyo que brinda el Centro Cultural Mixco y la Municipalidad a las personas que tienen un talento artístico fueran más las personas que asistirían a los eventos que allí se llevan a cabo ya que 330 personas de las 381 encuestadas contestaron que si estarían interesados en ser apoyados por la Municipalidad mientras que solo 51 personas decidieron no estar interesados.



Pregunta 12: ¿Conoce usted los procedimientos para solicitar el uso de las instalaciones del Centro Cultural Mixco?

Figura 15. Gráfica sobre el procedimiento para solicitar el uso de las instalaciones



Fuente: elaboración propia.

Tabla 12. procedimiento para solicitar el uso de las instalaciones

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Si	35	9.2%
No	346	90.8%

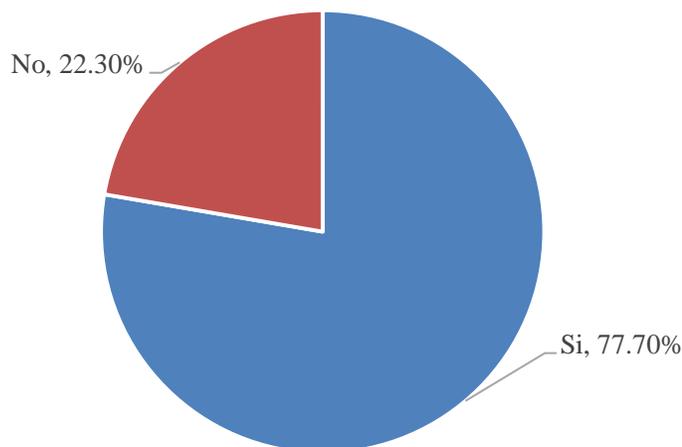
Fuente: elaboración propia.

Interpretación: el 90.8% de la población que equivale a 346 personas de las 381 encuestadas no conocen los pasos a seguir para solicitar el Centro Cultural Mixco para realizar un evento, y solo el 9.2% conoce el procedimiento, es por ello que es necesario informar detalladamente el proceso para llevar a cabo una actividad en este establecimiento.



Pregunta 13: ¿Recomendaría el Centro Cultural Mixco para realizar algún evento?

Figura 16. Gráfica sobre la recomendación para realización de eventos



Fuente: elaboración propia.

Tabla 13. Recomendación para realización de eventos

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Si	296	77.7%
No	85	22.3%

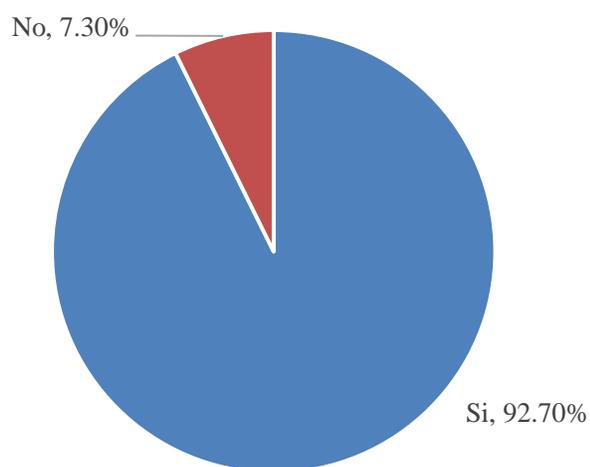
Fuente: elaboración propia.

Interpretación: De acuerdo con los resultados el 77.7% que corresponde a 296 personas recomiendan que se lleve a cabo un evento en el Centro Cultural Mixco ya que ve este establecimiento como algo positivo para la sociedad sin embargo 85 personas que son el 22.3% de los encuestados no lo recomienda.



Pregunta 14. ¿Le gustaría que por medio de las redes sociales le compartieran las actividades que se llevan a cabo en el Centro Cultural Mixco?

Figura 17. Gráfica sobre la preferencia por obtener información en redes sociales



Fuente: elaboración propia.

Tabla 14. Preferencia por obtener información en redes sociales

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Si	353	92.7%
No	28	7.3%

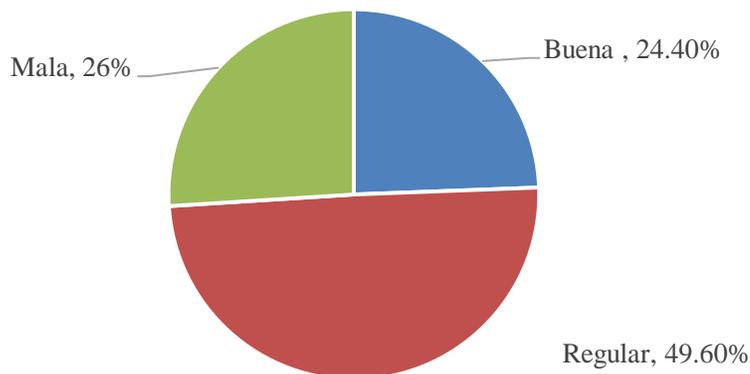
Fuente: elaboración propia.

Interpretación: Se puede observar con una gran diferencia que la mayoría de la comunidad está de acuerdo en que las redes sociales son un medio de comunicación que serviría para informar sobre las actividades que se llevan a cabo en el Centro Cultural Mixco ya que de las 381 personas encuestadas 353 creen que es necesario.



Pregunta 15. ¿Cuál es su opinión general de la Municipalidad zona 4 de Mixco?

Figura 18. Gráfica de la opinión sobre la Municipalidad zona 4 de Mixco



Fuente: elaboración propia.

Tabla 15. Opinión sobre la Municipalidad zona 4 de Mixco

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Buena	93	24.4%
Regular	189	49.6%
Mala	99	26%

Fuente: elaboración propia.

Interpretación: Se formuló esta pregunta para conocer la opinión general que tiene la población hacia la Municipalidad zona 4 de Mixco ya que son ellos los que están a cargo del Centro Cultural Mixco por lo que se determinó que la mayoría de la comunidad con un 49.6% opina que es regular siendo este el mayor porcentaje de respuestas, mientras que un 26% tiene una mala percepción y solo el 24.4% tiene una buena referencia sobre ellos.



1.18 FODA

Es una herramienta diseñada para comprender la situación de un negocio a través de la realización de una lista completa de sus fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas. Resulta fundamental para la toma de decisiones actuales y futuras.

El análisis que se realiza dentro del FODA permite tener un panorama más amplio de la empresa, donde las ventajas competitivas hasta las dificultades que puedan afectarla. El FODA crea un diagnóstico certero y útil para detectar problemas internos y externos, determinar el curso que deberá seguir la compañía y brindar mayor conocimiento acerca de las características de valor del negocio, tanto a los miembros del equipo como a los nuevos talentos.

En el diagnóstico interno se analizan las fortalezas y debilidades tomando en cuenta la estructura empresarial, la operatividad, la dirección y los aspectos financieros que influyen en el funcionamiento.

En este caso, las fortalezas son las características positivas de la empresa que sirven como inspiración o modelo a seguir. Son elementos diferenciadores y que hacen que la compañía se destaque del resto. En cambio, las debilidades son elementos negativos o puntos bajos de la empresa que pueden afectar en el cumplimiento de objetivos y dificultan la llegada de los resultados esperados.

En el diagnóstico externo se analizan diferentes condiciones en las que su buen desarrollo no depende necesariamente de la empresa. Pueden presentarse como amenazas y oportunidades dependiendo del impacto que tengan en su operación. Algunos ejemplos podrán ser los factores sociales, ambientales, políticos o legales.

Las amenazas son aspectos negativos que afectan a la empresa y requieren un plan estratégico para prevenirse o disminuir su efecto. Las oportunidades son las situaciones o elementos positivos del entorno que debe aprovechar, ya que de ello depende atraer mayores inversiones o beneficios para su futuro y crecimiento (Pursell, 2020).



Figura19. Análisis FODA

Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> -Es una institución que presta servicios gratuitos para la comunidad. -Está situado en una zona céntrica de fácil acceso para los usuarios. -El Centro Cultural Mixco cuenta con el apoyo de la Municipalidad para la realización de cualquier evento. -Realizan actividades para todas las edades. -Es un establecimiento que apoya los talentos artísticos. - Cuenta con todas sus instalaciones nuevas para el servicio de la comunidad. 	<ul style="list-style-type: none"> -Velar por la salud de las personas siguiendo las medidas de prevención contra el Covid-19. -Dar a conocer la labor que realiza el Centro Cultural Mixco por medio de un sistema de comunicación masivo. -Crear una figura institucional que identifique el establecimiento como una identidad propia. -Definir un personal específico que vele por el buen funcionamiento de la institución. - Promocionar las distintas actividades que se llevan a cabo para una mayor participación de los vecinos. -Realizar una estrategia comunicacional entre el Centro Cultural Mixco y la población.
Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> -No se pueden saturar de gente las actividades que se llevan a cabo dentro del Centro Cultural Mixco debido a la pandemia Covid-19. -No hay información hacia la comunidad sobre las distintas actividades que se realizan. -No cuentan con una figura institucional que los identifique. -Falta de publicidad por parte de la municipalidad para dar a conocer el Centro Cultural Mixco a través de los distintos medios de comunicación. -No existe personal específico que atienda las necesidades del Centro Cultural Mixco. -Falta de estrategias de comunicación. 	<ul style="list-style-type: none"> -El Centro Cultural Mixco se encuentra dividido por retornos vehiculares lo cual impide el poder circular con libertad dentro de la institución lo cual puede crear incomodidad por los visitantes al quererse trasladar de una actividad a otra. -Depender de la municipalidad puede impedir la libertad de nuevos proyectos que mejoren el establecimiento. -Al ser una institución recién construida no está bien posicionada en la mente de la comunidad lo cual conlleva a no ser tomada como primera opción por los vecinos para la realización de algún evento. -Se corre el riesgo de que los usuarios no cuiden la inmobiliaria al ser una institución que presta un servicio gratuito.

Fuente: elaboración propia.



1.19 Problemas detectados

A través de la elaboración de las entrevistas y las encuestas, se detectó que a pesar de que se cuenta con el apoyo de la municipalidad no se llevan a cabo estrategias de comunicación que transmitan la información necesaria a la comunidad para dar a conocer las actividades que allí se realizan.

El Centro Cultural Mixco no tiene una línea gráfica propia que identifique la institución, actualmente utilizan siempre la que corresponde a la municipalidad, lo cual puede confundir a los usuarios.

Han dejado al descuido la institución sin generar campañas publicitarias que incentiven a los vecinos a participar en actividades o a realizar eventos personales, incluso no cuentan con una página en redes sociales donde se publique todo lo relacionado al Centro Cultural Mixco ya que incluso desconocen como solicitar el uso de sus instalaciones.

La mayoría de la población no ve como un lugar seguro el Centro Cultural Mixco para realizar eventos, esto debido a la ubicación la cual no cuenta con área de parqueo específico para sus usuarios y se encuentra dividido por retornos vehiculares lo cual no permite que las personas se trasladen de una instalación a otra, sin embargo, es un aspecto que tienen contemplado mejorar.

No hay personal específico que vele por su buen funcionamiento, ya que las personas que actualmente están a cargo realizan distintas labores en la municipalidad lo que trae como consecuencia el descuido en cada una de sus áreas.

1.20 Planteamiento del problema comunicacional

¿Cuál es la causa principal de la desinformación que hay actualmente entre la comunidad de la zona 4 de Mixco y el Centro Cultural Mixco?

Respuesta hipotética: se evidenció la falta de información hacia la comunidad de parte de la alcaldía; se constató que no hay personal específico que organice la institución y se observó que no cuentan con sus propias redes sociales para dar a promover el Centro Cultural Mixco.



1.21 Indicadores de éxito

Entre los recursos que se encuentran a disposición para el desarrollo del proyecto se tienen los siguientes:

A) Recurso humano:

Empleados de la alcaldía zona 4 de Mixco, principalmente se cuenta con el apoyo del Arquitecto Héctor Valdez, el Licenciado Fernando Dávila y la coordinadora Flor Gómez ya que son los máximos representantes del Centro Cultural Mixco.

B) Recursos materiales y de equipo:

-Se dispone del departamento de diseño para el apoyo de creación de artes y edición de videos, para llevar a cabo la planeación y ejecución del proyecto.

-Estudio de grabación que queda a la disposición del estudiante para la elaboración de audios que promocionen las actividades en el Centro Cultural Mixco.

-Materiales por parte de la municipalidad que ayuden a la elaboración y difusión de cualquier campaña comunicacional.

C) Recursos económicos:

Se cuenta con el apoyo de la municipalidad de Mixco para cubrir todos los gastos que se generen para llevar a cabo la ejecución del proyecto en relación a materiales impresos como por ejemplo afiches, carteles que identifiquen el Centro Cultural Mixco, volantes o cualquier medio de comunicación que sirva para pautar. Los viáticos correrán por cuenta del estudiante como apoyo a la realización del proyecto.

1.22 Proyecto a desarrollar:

“Estrategia de comunicación externa para la difusión de información del Centro Cultural Mixco hacia los vecinos de la zona 4 de Mixco”.



Capítulo II

Plan estratégico de comunicación

La comunicación estratégica se hace realidad mediante procedimientos planificados como el plan estratégico de comunicación. En opinión de Potter (2012) la existencia de un buen plan de comunicación marca la diferencia entre un comunicador y un comunicador estratégico y debe manifestar de forma sintetizada toda la experiencia y el conocimiento comunicativo que existe en la organización para alcanzar su misión.

La comunicación estratégica es un conjunto de procesos que se plantean en diferentes ámbitos, sobre todo en el informativo, permitiendo obtener una ventaja competitiva sobre los otros grupos; es decir, que te permite obtener parte del monopolio de la información y la acción. Lo que necesita una comunicación estratégica es también una figura, una persona que lleve consigo una empatía, previsión e intuición mayor que las otras personas (Cambria, 2016, p. 9).

Considerando comunicación cualquier interacción escrita, hablada o electrónica de una empresa con sus públicos. Un plan de comunicación debe contener: los objetivos prioritarios que la empresa desea lograr con su comunicación; los métodos de trabajo que permitirán alcanzar los objetivos corporativos; el segmento de público a quien se dirigirán las comunicaciones; el calendario, los instrumentos y el presupuesto específico necesario para lograr los objetivos y la evaluación, en la que se reflejará como se medirán los resultados del plan. (Scott, 2011)

Expuesta la literatura sobre el tema, entendemos que un plan estratégico de comunicación es un instrumento de previsión de actuaciones para un tiempo determinado, que recoge las acciones de comunicación que debe de desarrollar la empresa para conseguir unos objetivos previamente fijados. (Montserrat, 2014)

La estrategia comunicacional que se llevará a cabo en este proyecto es externa ya que es necesario cambiar el panorama que se tiene del Centro Cultural Mixco logrando a su vez la participación de la población en las distintas actividades que ahí se realizan, así mismo es



necesario que el establecimiento sea reconocido a través de la realización de un logo institucional que los identifique.

Esto se hará a raíz de lo investigado en el diagnóstico ya que se pudo identificar que las personas de la zona 4 de Mixco quienes son a los que estará dirigido esta estrategia no tienen una buena figura del Centro Cultural Mixco y la mayoría no desean formar parte de lo que allí se realiza, es por ello que se espera también crear su propia página en *Facebook* con la finalidad de informar a la población de las distintas actividades generando al mismo tiempo el deseo de participación.

2.1 Descripción técnica del plan estratégico de comunicación

En la actualidad el Centro Cultural Mixco cuenta con el apoyo de la municipalidad zona 4 de Mixco para llevar a cabo las distintas actividades que se realizan en dicho establecimiento.

A pesar de ello durante la elaboración del diagnóstico se detectó la carencia de una estrategia de comunicación e identidad gráfica que sea propia del lugar ya que no cuenta con un logo que le identifique. Así mismo se evidenció que a pesar de que la población conoce su existencia, desconoce los eventos que ahí se llevan a cabo, lo cual sería importante dar a promover en las redes sociales.

La estrategia consiste en realizar el logo del Centro Cultural Mixco como parte principal de la identidad el cual ayudará a identificarle en la parte externa del establecimiento ya que se pretende vaya de la mano con la elaboración de un rótulo que tenga el nombre y logo.

Así mismo no cuentan con la propia página en redes sociales por lo que se pretende crear una página en *Facebook* la cual ayudará a mantener informada a la población sobre los eventos que allí se realizan generando a su vez la necesidad en la comunidad de querer participar en alguna actividad.

2.2 Misión

Reforzar la figura que la población de la zona 4 de Mixco tiene del Centro Cultural Mixco con la creación de una identidad gráfica logrando a su vez la difusión de las actividades a través de su propia página en redes sociales para ser reconocido y llamativo.



2.3 Visión

Ser prioridad en la población para la realización de sus eventos, despertando el deseo de cada uno en querer participar en las actividades que se llevan a cabo, logrando a su vez un cambio positivo en la perspectiva que se tiene del Centro Cultural Mixco.

2.4 Elementos comunicacionales

La comunicación es un proceso inherente al ser humano, puesto que somos seres sociales por naturaleza y sentimos la necesidad de comunicar.

Por lo tanto, la comunicación es el proceso por el cual se traslada e intercambia información entre un emisor y un receptor utilizando un código común. Además del emisor y el receptor, existen otros elementos de la comunicación que participan en este proceso.

2.4.1 Comunicación

Santos (2012) señala que la palabra “comunicación” es definida por la Real Academia Española simplemente como “acción y efecto de comunicarse”. Quizá, para hacer más comprensible lo que este acto supone, es necesario remitirse a la raíz latina del término, el vocablo *communis*: entre sus significados destaca el de “recibido y admitido de todos o de la mayor parte”. Y es esta idea, la de un todo, una colectividad de participantes sin la cual la comunicación no sería posible, es lo que confiere a este proceso su carácter social.

2.4.2 Comunicación externa

Es la comunicación dirigida de forma masiva a los públicos que no se encuentran en la organización; consiste en relacionarse al mismo tiempo con un gran número de receptores mediante la utilización de los medios masivos, limitando de alguna manera la posibilidad de interacción directa entre el receptor y el emisor (Portillo, 2012, p. 4).

Continúa señalando Portillo (2012) que la comunicación externa debe informar y comunicar en dos direcciones sus contenidos, enfocados desde la disposición de la empresa hacia el mercado, y desde la satisfacción de las necesidades de los clientes a través del producto, evidenciando las ventajas de calidad y durabilidad entre otros.



2.4.3 El plan estratégico de comunicación

Tur-Viñes y Monserrat-Gauchi (2014) señala que un plan estratégico de comunicación es un instrumento de previsión de actuaciones para un tiempo determinado, que recoge las acciones de comunicación que debe desarrollar la empresa para conseguir unos objetivos previamente fijados.

El plan estratégico de comunicación debe contener: los objetivos prioritarios que la empresa desea lograr con su comunicación; los métodos de trabajo que permitirán alcanzar los objetivos corporativos; el segmento público a quien se dirigirán las comunicaciones; el calendario, los instrumentos y el presupuesto específico necesario para lograr los objetivos y la evaluación, en la que se reflejará cómo se medirán los resultados del plan. (Tur-Viñes y Monserrat-Gauchi, 2014, p. 6).

2.4.4 Facebook

Candale (2017) señala que la mayor red social actual, *Facebook*, apareció en 2004, cuando Mark Zuckerberg la inicio para la comunicación interna de los estudiantes de Harvard, y dos años después, la plataforma había alcanzado ya prestigio mundial. La misión declarada por *Facebook* en la página oficial es la de ayudar a la gente a formar comunidades y a mantener siempre el contacto con la gente querida, compartiendo cada uno sus experiencias vitales.

2.4.5 Las redes sociales

El eje central de las redes sociales es la formación de comunidades online a través del proceso colaborativo de creación de texto, en el que puedan participar tanto personas que ya se conocen y que desean reforzar sus lazos sociales, como personas que quieran ampliar su círculo de conocidos (Candale, 2017).

Candale (2017) señala que “Cada plataforma de socialización implica el hecho de crear un perfil personal rellenando una serie de plantillas, realizar una lista de contactos y luego iniciar conversaciones con ellos. A través de los textos predeterminados contenidos por cada plataforma, lo personal se convierte en lo público” (p. 2).



2.4.6 Identidad gráfica

Es la manifestación física de la marca. Hace referencia a los aspectos visuales de la identidad de una organización. Esta identidad corporativa está relacionada directamente con la historia o trayectoria de la empresa, los proyectos de la misma y su cultura corporativa. Incluye un logotipo que es la pieza fundamental para identificar porque condensa el significado de la entidad. Todo esto y los elementos de soporte se recogen en un manual de identidad corporativo. Pero no se puede construir una identidad visual a partir de un logotipo. (Caldevilla, 20109, p. 1)

Entre los elementos de la comunicación existen los siguientes:

Emisor: es la persona, organización o tecnología que emite un mensaje, es decir, es la fuente que genera el mensaje a comunicar. En el plan estratégico de comunicación es el autor del presente proyecto, quien informa sobre las distintas propuestas para llevar a cabo en el Centro Cultural Mixco.

Si se quiere lograr que la comunicación tenga éxito, el emisor ha de utilizar el mismo código de comunicación y el mismo canal que el receptor.

Receptor: es quien recibe e interpreta el mensaje del emisor. También ha de reconocer el sistema de código de comunicación empleado por el emisor, solo así se producirá la comprensión del mismo.

Una vez ha recibido el mensaje y lo ha decodificado, existe la posibilidad que el receptor responda convirtiéndose así en emisor. En este caso son toda la población que se encuentra dentro de la zona 4 de Mixco y el personal administrativo a cargo del establecimiento.

Mensaje: es el elemento de comunicación que contiene la información que manda el emisor al receptor a través de un canal de comunicación. El mensaje traslada una idea o concepto a comunicar a través de un código conocido por ambos. Un mensaje puede ser verbal, no verbal, visual o escrito. En el plan estratégico de este proyecto el mensaje se definió a través de los resultados obtenidos por la investigación realizada para llevar a cabo cada propuesta.



Canal de comunicación: es el medio por el cual se transfiere el mensaje entre el emisor y el receptor. Existen diferentes canales, por el ejemplo el aire en una comunicación oral, escrito, soportes visuales, etc.

También se consideran canales de comunicación, un teléfono, el papel, la televisión, un email. Para poder comunicarse entre el autor de este proyecto y los receptores se utilizaron las redes sociales de *Whatsapp* y *Zoom* para transmitir las propuestas y para informar a la población a través de *Facebook* y medio impreso el cual será un letrero que lleve el nombre de la institución.

Ruido: es una interferencia en el proceso de comunicación, la cual puede hacer que no sea fluida o incluso que la llegue a interrumpir. Existen diferentes tipos de ruidos dentro de los elementos de la comunicación, como por ejemplo música alta en un bar, un despiste o distracción, problemas técnicos o defectos en la tecnología, problemas físicos auditivos, uso de terminología técnica como el caso de un médico con un determinado paciente.

Por último si alguna de las partes por su actitud impide el entendimiento, se denomina ruido de influencia. En el Centro Cultural Mixco puede estar identificado con las distracciones que tiene el personal administrativo al darle prioridad a otras actividades.

Retroalimentación: la comunicación es bidireccional, tanto el emisor como el receptor intercambian su papel en todo el proceso. Cuando el receptor recibe el mensaje del emisor, este le contesta también convirtiéndose también en emisor.

La retroalimentación ayuda a quien emite el mensaje sepa si el receptor lo ha recibido e interpretado correctamente. Esta situación se da continuamente por ejemplo en conversaciones entre dos personas. (González, 2021). Al ver un incremento en la población por un interés en querer participar en las actividades del Centro Cultural Mixco se podrá detectar que hubo una retroalimentación la cual se espera que sea positiva.

Los elementos de comunicación son todos y cada uno de los componentes que participan en el desarrollo del envío y recepción de cualquier mensaje. Cada elemento tiene su rol dentro de una comunicación y de todos fluyen de una u otra manera que tenga éxito dicho proceso. (Espinosa, 2019).



2.5 Alcances y límites de la estrategia

La estrategia de comunicación busca crear un vínculo entre la comunidad y el Centro Cultural Mixco, generando el deseo en las personas de involucrarse en las actividades llevadas a cabo y el interés por realizar sus eventos personales en dicho lugar.

2.5.1 Alcances

El presente plan de comunicación se enfocará directamente a la población de la zona 4 de Mixco en la cual se busca alcanzar el interés en la participación de vecinos con publicaciones de afiches que informen sobre las actividades que se llevan a cabo llegando así a gran cantidad de usuarios, de igual manera a los peatones y automovilistas que circulen en las afueras del establecimiento podrán ser informados sobre la existencia del Centro Cultural Mixco debido a la señalización que se le desea realizar.

2.5.2 Límites

La ejecución de las estrategias planteadas y su presupuesto en el presente plan de comunicación se realizarán si la alcaldía municipal de la zona 4 de Mixco lo considera pertinente.

La página oficial en *Facebook* queda a criterio de la institución en darle uso constante a la publicación de actividades, y estos deberán ser *posteados* por el *community manager*.

La elaboración del logo institucional del Centro Cultural Mixco quedará realizado para los usos que consideren necesarios.

2.6 Metodología para la aplicación de la estrategia comunicacional

Es la disciplina que estudia el conjunto de técnicas o métodos que se usan en una investigación para alcanzar los objetivos planteados. Es importante determinar la metodología a utilizar en cada investigación según el campo de acción.

Raffino (2020) señala que también busca optimizar las estrategias para el análisis de la efectividad de los métodos de acción.



Con lo anteriormente mencionado se aplicó en la fase del diagnóstico el tipo de enfoque mixto, se emplearon las técnicas de recolección de datos con enfoque cualitativo: observación y entrevista; y la encuesta, como técnica de enfoque cuantitativo.

Así mismo se inició con la presentación de las propuestas a utilizar ante la máxima autoridad del Centro Cultural Mixco para la aprobación y realización de cada una de ellas, en las que se menciona: su propia página en *Facebook*, el logo institucional y la elaboración de un letrero colocado en las afueras del establecimiento. En la cual luego de su aceptación se procedió con la segunda fase que consiste en la realización del diseño gráfico del logo de la institución para llegar a tener su propia identidad gráfica.

A raíz de su aprobación se realizó una cotización sobre la ejecución del diseño de la línea gráfica, y sobre la elaboración del rótulo que será colocado en las afueras del Centro Cultural Mixco para ser identificado ya que llevará el nombre y logo de la institución.

Por otro lado, una vez creada la página en *Facebook* se harán varias publicaciones con información sobre el Centro Cultural Mixco.

2.6.1 Objetivo general

Fortalecer la comunicación externa entre el Centro Cultural Mixco y la población de la zona 4 de Mixco.

2.6.2 Objetivo específico

- Proponer una identidad gráfica para fortalecer la figura visual del Centro Cultural Mixco, logrando así, ser reconocida por la comunidad.
- Promover los servicios que presta el Centro Cultural Mixco a través de su página en *Facebook*.
- Incrementar el deseo en la población para participar en las actividades que se llevan a cabo en el Centro Cultural Mixco a través de una comunicación constante.



2.6.3 Acciones para conseguir los objetivos

Se crearán publicaciones en las redes sociales para dar a conocer los servicios que presta el Centro Cultural Mixco y sobre las actividades que se llevan a cabo, de esta forma las personas estarán informadas constantemente y nacerá el deseo de querer participar.

De igual forma con la realización del logo institucional se creará una identidad propia del Centro Cultural Mixco ya que actualmente es identificado con el logo de la municipalidad, el cual una vez sea aprobado se colocará en las afueras de la institución para que pueda ser identificado por los transeúntes.

2.6.4 Los indicadores para medir su cumplimiento

Para medir el cumplimiento de las propuestas de mejora del Centro Cultural Mixco se creó una presentación con la máxima autoridad del establecimiento el Arquitecto Héctor Valdez quien con su conocimiento y el papel que desempeña en el área supieron es capaz de guiar, corregir y medir de forma asertiva los proyectos a realizarse.

2.6.5 Los instrumentos

Dentro del siguiente apartado se detalla un cronograma de actividades por semanas comprendido en los meses de julio y agosto.



No.	Actividad	Julio				Agosto			
		S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4
	Descripción								
1	Presentación de propuestas para su aprobación	■							
2	Reunión con los altos mandos para presentar objetivos de las propuestas		■						
3	presentación con la coordinadora del Centro Cultural Mixco los objetivos de la estrategia			■					
4	Estudio del área para la colocación de rótulo con nombre y logo de la institución				■				
5	Corrección de propuestas					■			
6	Reunión con altos mandos sobre presentación de artes finales					■			
7	Coordinación para la entrega de proyectos						■		
8	Colocación de letrero en las instalaciones del Centro Cultural Mixco						■		
9	Lanzamiento de la página en <i>Facebook</i>							■	
10	Reunión para la entrega final de proyecto con los mandatarios de la institución								■

Fuente: elaboración propia

2.6.6 Actividades para la operatividad de la estrategia

Las actividades para la operatividad de la estrategia se detallan a continuación.

2.6.6.1 Propuesta 1: Elaboración de logo institucional

Diseño y elaboración de logo en el que se realizarán cuatro propuestas para escoger entre ellas la que mejor se adapte a las exigencias de la municipalidad. Estas se realizarán en los programas de *Adobe Illustrator* y *Adobe Photoshop* en colores aleatorios elegidos por el diseñador ya que la alcaldía municipal no indico que se realizara en un color en específico.



Figura20.Propuesta de logo institucional



Fuente: diseñador Gustavo Guzmán

2.6.6.2 Propuesta 2: Realización de rótulo

Se propone crear un letrero volumétrico de tres dimensiones de color blanco para que vaya acorde a los colores utilizados en el Centro Cultural Mixco según lo estipulo la máxima autoridad Arquitecto Héctor Valdez el cual llevará el logo y nombre de la institución. Este se fabricará en material de PVC y será con las dimensiones de un metro por un metro para el logotipo y de tres metros por un metro para el nombre Centro Cultural Mixco.

Figura21. Figura de la propuesta de rótulo



Fuente: Printto (lugar de rotulación e impresiones)



2.6.6.3 Propuesta 3: Creación de página en *Facebook*

Se realizará la página en *Facebook* del Centro Cultural Mixco para trasladar la información de las actividades y eventos que allí se hacen para mantener al tanto a la población y con ello despertar el deseo de participación.

2.7 Financiamiento

Los gastos generados serán cubiertos por el estudiante Javier Montufar. Así mismo se espera la colaboración de la municipalidad ya que el costo de la creación y colocación del letrero es elevado, de igual forma el mantenimiento de la página en *Facebook* estará a cargo de la alcaldía municipal ya que ellos cuentan con *community manager*.

2.8 Presupuesto

Se refiere a la cantidad de dinero que se necesita para hacer frente a cierto número de gastos necesarios para acometer un proyecto. De tal manera, se puede definir como una cifra anticipada que estima el coste que va suponer la realización de dicho objetivo.

Según detalla Sánchez (2016) el presupuesto es la delimitación en términos dinerarios de las condiciones que rodean al proyecto elegido y los resultados que se esperan conseguir tras la realización dentro de un tiempo determinado. Por ello esta expresión de carácter cuantitativo supone a su vez un alto nivel de consonancia con el plan de negocios y las estrategias que marcan el camino de la empresa.

Tabla 16. Presupuesto

Actividad	Costo
Elaboración de propuestas y diseño de logo	Q400.00
Creación e instalación de letrero	Q8,160.00
Mantenimiento de página en <i>Facebook</i>	Q300.00
Total:	Q8,860.00

Fuente: elaboración propia.



Figura22.Presupuesto



Guatemala 08-07-2021

Atención

Presente

Estimada

Es un placer saludarle y poder enviarle el presupuesto de los trabajos a realizar, según los requerimientos solicitados por su persona.

DESCRIPCION	MEDIDA ANCHO	MEDIDA ALTO	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Fabricación de rótulo, pantalla de acrílico transparente de 5mm, letras troqueladas en pvc de 5mm pintadas del color que se indique, para los logos será en vinil adhesivo full color alta resolución perado sobre pvc de 5mm, troquelado, todo sujeto a barando con tornillos.	5	1.2	Q 8,160.00	Q 8,160.00
			GAN TOTAL	Q 8,160.00

Fuente: Printto

2.9 Beneficiarios

Los beneficiarios principales de este proyecto son tanto el Centro Cultural Mixco como la población de la zona 4 de Mixco la cual cuenta con 45,000 habitantes porque con la elaboración del rótulo, el logo y la creación de la página en *Facebook* se espera dar a conocer de forma masiva el establecimiento.

Se hace mención al Centro Cultural Mixco ya que actualmente no es conocido a nivel regional, desde su ubicación hasta las actividades que allí se realizan, ya que muchos pobladores no tienen conocimiento de su existencia.

Así mismo los pobladores de esta región al conocer las actividades que se llevan a cabo en este establecimiento sabrán que cuentan con un lugar apto para llevar a cabo incluso algún evento personal o bien participar en cualquiera de las acciones que allí se prestan para el servicio de la comunidad.



2.10 Recursos humanos

Es un área de vital importancia en cualquier organización ya sea pública o privada. Aunque usualmente se cree que este departamento y sus profesionales solo se dedican al papeleo, lo cierto es que recursos humanos juega un papel clave para el crecimiento sostenido y exponencial de toda empresa o proyecto. (Gonzalez, 2021)

Arquitecto Héctor Valdez – alcalde de la alcaldía municipal zona 4 de Mixco quien es la máxima autoridad y encargado de la toma de cada decisión realizada.

Licenciado Fernando Dávila – segundo al mando de la alcaldía municipal que vela por el cumplimiento de cada una de las normas.

Flor Gómez – coordinadora del Centro Cultural Mixco quien tiene a cargo las gestiones que se llevan a cabo dentro de este establecimiento.

Javier Montufar – estudiante de EPS de la licenciatura en Ciencias de la Comunicación.

2.11 Área geográfica de acción

La ejecución del plan estratégico de comunicación se llevará a cabo en el Centro Cultural Mixco que se encuentra ubicado en el Bulevar San Nicolás 8-31 del Paseo de los Campeones zona 4 de Mixco.

2.12 Cuadro comparativo de la estrategia

Dentro del presente apartado se detalla un cuadro comparativo de la estrategia



Tabla 17. Cuadro comparativo de la estrategia

Actividad o producto comunicacional	Objetivos específicos	Presupuesto	Recurso humano	Área geográfica de impacto	Beneficiarios	Fecha de ejecución
Elaboración y diseño de logo	Crear la propia identidad del Centro Cultural Mixco	Q400.00	Diseñador Estudiante de EPS Arq. Héctor Valdez	Paseo de los Campeones zona 4 de Mixco	El Centro Cultural Mixco y población de la zona 4 de Mixco	Julio 2021
Creación de letrero	Colocación de letrero para ser reconocido por los transeúntes	Q8860.00	Printto lugar de rotulación Arq. Héctor Valdez	Centro Cultural Mixco Paseo de los Campeones zona 4 de Mixco	El Centro Cultural Mixco y población de la zona 4 de Mixco	Julio 2021
Página en <i>Facebook</i>	Crear la propia página del Centro Cultural Mixco para trasladar información de actividades	Q400.00	Diseñador Estudiante de EPS	Zona 4 de Mixco	El Centro Cultural Mixco y población de la zona 4 de Mixco	Agosto 2021

Fuente: elaboración propia



2.13 Cronograma del plan de comunicación

NO.	Actividad	Meses																			
		Junio				Julio				Agosto				Septiembre				Octubre			
	Descripción	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4
	semanas																				
1	Elaboración y diseño de logo del Centro Cultural Mixco			■																	
2	Cotización de letrero				■																
3	Presentación de propuestas para su aprobación					■															
4	Presentación de II fase plan estratégico de comunicación						■														
5	Corrección de propuestas							■													
6	Corrección de proyecto II fase								■												
7	Creación de página en Facebook									■											
8	Reunión con altos mandos sobre presentación de artes finales										■										
9	entrega de logo con las correcciones											■									
10	entrega de letrero con las correcciones												■								
11	colocación de letrero en las instalaciones del Centro Cultural Mixco													■							
12	lanzamiento de la página en Facebook														■						
13	Elaboración del informe final															■	■				
13	Presentación del informe final para revisión																	■			



Capítulo III

Informe de Ejecución

En esta parte del informe se encuentra a detalle cada una de las propuestas y materiales realizados que se propusieron llevar a cabo en el Centro Cultural Mixco los cuales quedarían a decisión de la institución el llevar a cabo cada una de ellas ya que ninguna fue aprobada por parte de ellos.

3.1 Nombre de la ejecución número uno de la estrategia

Elaboración de logo institucional

Objetivo de la actividad

El objetivo principal es que se reconociera el establecimiento dándole al mismo tiempo una identidad propia al Centro Cultural Mixco, en el cual se buscó que el logo tuviera relación con los valores y/o servicios que presta para que las personas lo identifiquen rápidamente como un lugar social para la realización de actividades.

Medio utilizado

El logo se pretendió que se utilizara en todos los medios que el Centro Cultural Mixco creó conveniente en los cuales se mencionaron los siguientes:

Medios impresos:

- Volantes
- Folletos,
- Cartelera
- Boletines
- Informativos
- Pancartas

Medios digitales:

- Página *web*
- Página en *Facebook*
- *Post* publicitarios
- Afiches digitales
- Videos



Área geográfica de impacto

Centro Cultural Mixco que se encuentra ubicado en el Bulevar San Nicolás 8-31 del Paseo de los Campeones zona 4 de Mixco.

Presupuesto en esta acción

El diseño del logo tiene un precio de Q 400.00

Comprobación de material

Color utilizado en el logo:

Color: naranja



Pantone: 1495C

HTML: #ff9933

En este logo se pueden visualizar dos letras “C” en relación al nombre Centro Cultural Mixco, así mismo se puede observar a una persona realizando una danza o baile que hace referencia a las actividades llevadas a cabo en el establecimiento.

Figura23. Logotipo



Fuente: diseñador Gustavo Guzmán



3.2 Nombre de la ejecución número dos de la estrategia

Diseño de letrero

Objetivo de la actividad

La razón por la que se deseó realizar esta actividad es para que el Centro Cultural Mixco estuviera señalizado y los transeúntes pudieran saber que existe este establecimiento ubicado en esa zona.

Medio utilizado

Se utilizó un medio impreso ya que pensó que fuera colocado el nombre de Centro Cultural Mixco en un rótulo con relieve que iría instalado en la baranda de la institución.

Área geográfica de impacto:

Centro Cultural Mixco que se encuentra ubicado en el Bulevar San Nicolás 8-31 del Paseo de los Campeones zona 4 de Mixco.

Presupuesto en esta acción

El presupuesto para esta acción es de Q 8,160.00 cuyas medidas son alto 1.2 y ancho 5.

Comprobación de material

Fabricación de rótulo, pantalla de acrílico transparente de 5mm, letras troqueladas en pvc de 5mm pintadas del color que se indique, para los logos será un vinil adhesivo full color alta resolución pegado sobre pvc de 5 mm, troquelado, todo sujeto a baranda con tornillos.



Figura24. Letrero



Fuente: elaboración propia.

3.3 Nombre de la ejecución número tres de la estrategia

Creación de página en *Facebook*

Objetivo de la actividad

El objetivo de crear una página en *Facebook* era para que las personas que utilizan sus redes sociales pudieran conocer las distintas actividades que se realizan en el Centro Cultural Mixco ya que se pretende publicar distintos *post* sobre los eventos que allí se llevan a cabo.

Medio Utilizado

Medio digital, red social *Facebook*

Área geográfica de impacto

Redes sociales

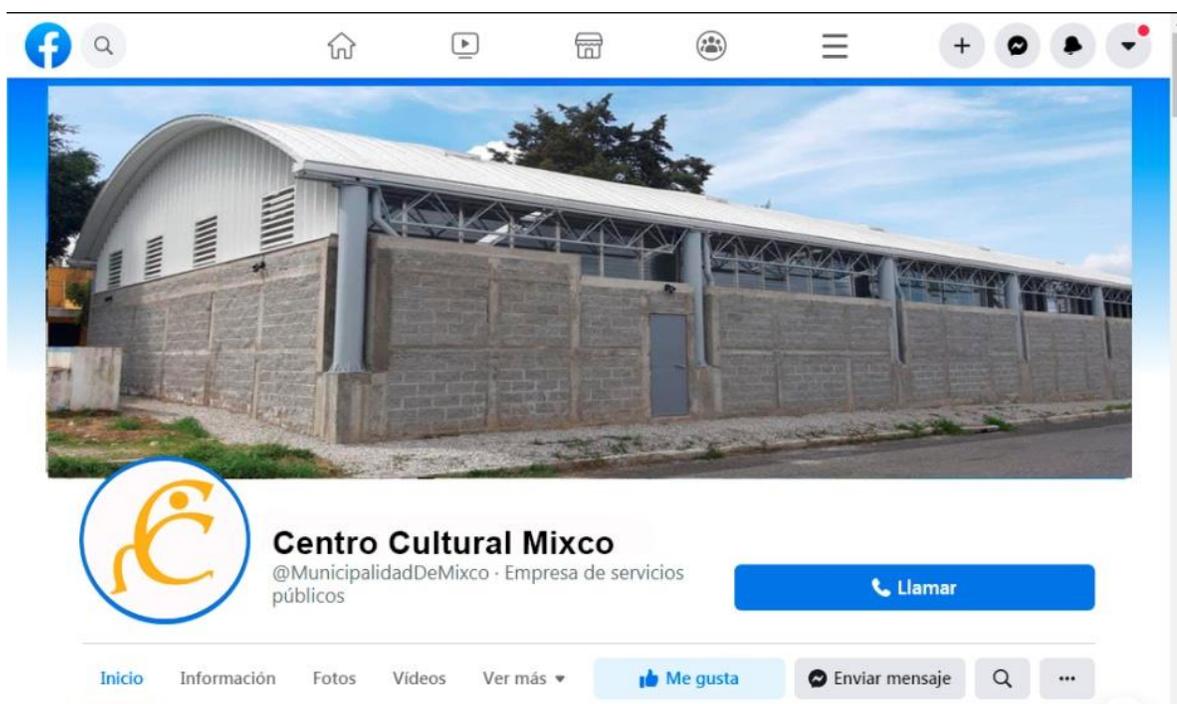


Presupuesto en esta acción

Para la creación de la página no tuvo ningún costo sin embargo para el mantenimiento de ella es necesario que se lleve a cabo por un *community manager* y tendría un costo aproximado de Q400.00 por el manejo de esta página.

Comprobación del material

Figura25.Fotografía perfil social del Centro Cultural Mixco



Fuente: elaboración propia



3.4 Actividades y calendarización

NO.	Actividad	Meses														
		Marzo					Abril					Mayo				
		S1	S2	S3	S4	S5	S1	S2	S3	S4	S5	S1	S2	S3	S4	S5
1	Elaboración y entrega de informes de Fase Propedéutica más investigación de campo inicial															
2	Proceso de entrega papelería para completar inscripción EPS-Licenciatura															
3	Reunión con el encargado de la Alcaldía Municipal zona 4 Arquitecto Héctor Valdez para la presentación de los distintos proyectos en los cuales necesitaban ayuda por parte de los estudiantes															
4	Análisis y selección de proyecto de la municipalidad a realizar para la elaboración de EPS															
5	Reubicación de proyecto debido a lineamientos de la ECC en el cual se acordó en que cada estudiante realizaría un proyecto distinto.															
6	Investigación en páginas de internet para empezar a reunir información sobre el nuevo proyecto asignado para la realización de la primera fase del diagnóstico															
7	Visita del Centro Cultural Mixco para primeras observaciones del establecimiento.															
8	Reunión con altos mandos de la alcaldía para explicar cada uno de los proyectos que se llevarían a cabo en la municipalidad															
9	Reunión presencial en la alcaldía con Arquitecto Héctor Valdez y Licenciado Fernando Dávila para explicar el entorno actual del establecimiento y definir sus problemas.															



NO.	Actividad	Meses														
		Marzo					Abril					Mayo				
		S1	S2	S3	S4	S5	S1	S2	S3	S4	S5	S1	S2	S3	S4	S5
10	Realización de entrevistas a Arquitecto Héctor Valdez y a coordinadora Flor Gómez sobre aspectos importantes del Centro Cultural Mixco															
11	Se llevaron a cabo las encuestas para recaudar información sobre la población de la zona 4 de Mixco															
12	Realización e interpretación de cada una de las encuestas realizadas para la obtención de datos finales con su respectiva gráfica.															
13	Recaudación de imágenes, verificación de contenido y corrección del informe realizado sobre la primera fase del diagnóstico.															
14	Elaboración del informe final															
15	Entrega del diagnóstico la cual forma la primera fase del informe															
16	Correcciones realizadas de la primera fase del diagnóstico															

Fuente: elaboración propia



NO.	Actividad	Meses																								
		Junio					Julio					Agosto					Septiembre					Octubre				
	Descripción	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
17	Inicio de la segunda fase Estrategia y plan de comunicación		■																							
18	Definición de plan estratégico de comunicación			■																						
19	Elaboración y diseño de logo del Centro Cultural Mixco				■	■																				
20	Cotización de letrero					■																				
21	Presentación de propuestas para su aprobación						■																			
22	Presentación de II fase plan estratégico de comunicación							■																		
23	Corrección de propuestas								■																	
24	Corrección de proyecto II fase									■																
25	Comienzo de tercera fase ejecución del plan										■															
26	Creación de diseño para supuesta página en Facebook										■															
27	Reunión con altos mandos sobre presentación de artes finales										■															
28	Entrega de tercera fase											■														
29	elección de logo para su posible uso en												■	■												



NO.	Actividad	Meses																													
		Junio					Julio					Agosto					Septiembre					Octubre									
	Descripción	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					
	semanas el Centro Cultural Mixco																														
30	Proceso de elaboración de informe de ejecución																														
31	Ejecución de algunas estrategias del plan de comunicación																														
32	posible colocación de letrero en las instalaciones del Centro Cultural Mixco																														
33	Entrega de informe de los tres capítulos para su revisión																														
34	Evaluaciones de los informes-presentaciones individuales																														
35	Impresión final de informe empastado																														
36	Finalización del EPS de Licenciatura																														

Fuente: elaboración propia



Conclusiones

- a) Se determinó a través de la observación que el Centro Cultural Mixco no contaba con logo que lo distinguiera ya que dependía de la municipalidad y únicamente era reconocido como parte de la alcaldía de la zona 4 de Mixco.
- b) Los resultados que arrojó el diagnóstico a través de la encuesta realizada a la población de la zona 4 de Mixco concluyeron que el Centro Cultural Mixco no le presta suficiente atención a la relación que debería de existir con la comunidad debido a que no tienen contemplado una estrategia de comunicación ni registros de haberse realizado una anteriormente.
- c) A pesar de que se publican las diferentes actividades del Centro Cultural Mixco en la red social de *Facebook* como por ejemplo costura, zumba y clases de karate no se cuenta con una propia página del establecimiento que publique únicamente información de la institución para el beneficio de la sociedad.
- d) El Centro Cultural Mixco no es un lugar reconocido por los vecinos de la zona 4 debido a que no está debidamente identificado en las afueras de la institución y no realizan una constante labor de darlo a conocer en las redes sociales



Recomendaciones

- a) Se recomienda realizar una página en las redes sociales que sea exclusiva de la institución, de esta forma se logrará que las personas no relacionen el Centro Cultural Mixco con la municipalidad logrando así una mejor comunión entre los vecinos y el establecimiento.
- b) Una estrategia de comunicación es fundamental para cualquier empresa y en este caso no es la excepción, por lo que se recomienda llevarla a cabo para determinar los aspectos que deben mejorarse para lograr una mejor figura institucional con la población.
- c) Es necesario que tengan su propia identidad gráfica lo cual llevará a la institución a tener una figura más independiente dando así una mejor perspectiva.
- d) Comunicar constantemente las actividades que se llevan a cabo en el Centro Cultural Mixco ayudará a mantener a las personas informadas de lo que allí se realiza, logrando al mismo tiempo un interés en participar en los distintos eventos.
- e) Es importante llamar la atención de la población a través de distintos medios de comunicación como por ejemplo *mupis*, vallas, volantes para llegar a un mayor número de personas logrando así un incremento en la participación para cada una de las actividades realizadas en el Centro Cultural Mixco.
- f) Es necesario que se tenga un personal específico para el establecimiento que se encargue de todos los aspectos que lo rodean para no descuidar lo que conlleva al Centro Cultural Mixco.



Referencias bibliográficas

- Caldevilla, D. (2019) *La importancia de la identidad visual corporativa*. Vival Academia. 103 (5) España. Universidad Complutense de Madrid. pp. 1-26.
- Cambria, A. (2016) *La importancia de la comunicación estratégica*. España. Instituto Español de Estudios Estratégicos.
- Candale, C. (2017) *Las características de las redes sociales y las posibilidades de expresión abiertas por ellas. La comunicación de los jóvenes españoles en Facebook, Twitter e Instagram*. España. Universidad de Bucarest.
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, L. (2010) *Metodología de la investigación*. México: McGraw Hill.
- Lebet, G. (2013). *Técnicas de Recolección de Datos*. México. UTIM.
- Montserrat, J. (2014) *Cómo elaborar un plan estratégico de comunicación*. España. Universidad de Alicante.
- Portillo, R. (2012) La comunicación externa en universidades privadas con estudios a distancia en pregrado. *Razón y Palabra*. 79 (1) Ecuador.
- Rivas, R. (2021) *Diagnóstico, Generalidades*. México. UNAM.
- Santos, D. (2012) *Fundamentos de la comunicación*. México: Red Tercer Cielo.
- Taylor, S. y Bogdan, R. (1987) *Introducción a métodos cualitativos de investigación*. Buenos Aires: Paidós.
- Tur-Viñes, V. y Montserrat-Gauchi, J. (2014) El plan estratégico de comunicación, estructura y funciones. *Razón y Palabra*. 88 (5). México.



Egrafía

- Ayala, M. (2021) Investigación mixta. *Lifeder*. <https://www.lifeder.com/>
- Delgado, R. (2005) Por qué es importante un diagnóstico de comunicación. *Crea comunicaciones*. <https://www.creacomunicaciones.com/>
- Espinosa, R. (2019) *Elementos de la comunicación: tipos y ejemplos*. <https://robertoespinosa.es/>
- González, P. (2021) *Cuáles son los elementos de la comunicación*. <https://www.unprofesor.com/>
- Koto, E. (2021). ¿Qué es la investigación cualitativa? *QuestionPro*. Obtenido de <https://www.questionpro.com/>
- Municipalidad de Mixco (2018) *Filosofía municipal*. <https://www.munimixco.gob.gt/filosofia-municipal/>
- Municipalidad de Mixco (2021) *Organización*. <https://www.munimixco.gob.gt/>
- Potter, L. (2012). *El plan estratégico de comunicación: una visión general*. <http://www.iabc.com/cwb/archive/>
- Pursell, S. (2020) Qué es el análisis FODA de una empresa y cómo hacerlo. *Marketing*. <https://blog.hubspot.es/marketing/analisis-foda>
- Raffino, M. (2020) Observación. *Concepto*. <https://concepto.de/observacion/>
- Ramos, G. (2014) Definición de entrevista. Definición. <https://definicion.mx/entrevista>
- Rodríguez, M. (2017) Las encuestas Qué son, características, cómo hacerlas. *Herramientas de estudio*. <https://tugimnasiacerebral.com/>
- Sánchez, J. (2016) Presupuesto. *Economipedia*. <https://economipedia.com/definiciones/>
- Scott, N. (2011). *Cómo redactar un plan de comunicaciones corporativas*. <http://www.nancyscott.com>



Anexos

Anexo A. Modelo de cuestionario para la encuesta

Encuesta para la Recolección de Datos

Soy estudiante de la Universidad de San Carlos de Guatemala, y como parte del Ejercicio Profesional Supervisado, solicito de su valiosa colaboración para responder la siguiente encuesta que servirá para proponer mejoras en el Centro Cultural ubicado en la zona 4 de Mixco "Paseo de los Campeones". SU RESPUESTA ES TOTALMENTE ANÓNIMA

1. Género: *

Masculino

Femenino

2. Edad: *

de 18 a 27 años

de 28 a 37 años

de 38 a 47 años

de 48 a 57 años

de 58 a 67 años

Más de 68 años

3. ¿Conoce usted el Centro Cultural de la Municipalidad de la zona 4 de Mixco? *

Si

No

4. Si respuesta anterior fue Si, podría indicar si conoce donde queda ubicado el centro cultural. Si su respuesta fue No, seleccione Ninguna.

Si

No

Ninguna



5. ¿Si usted conoce el centro cultural a través de qué medio de comunicación se entero de la existencia de este establecimiento? Si usted no lo conoce marque Ninguna.

- Sí
- No
- Ninguna

6. ¿Estaría usted interesado(a) en realizar un evento en el Centro Cultural de la Municipalidad de Mixco zona 4?

- Sí
- No

7. ¿Considera que es importante destacar y rotular la existencia de un centro cultural para darlo a conocer?

- Sí
- No

8. ¿Considera que es importante que un centro para la sociedad tenga una buena comunicación constante con la población?

- Sí
- Si
- No

9. ¿Le han informado a través de algún medio de comunicación de las actividades que se realizan en el centro cultural?

- Sí
- No



10. ¿Sabía usted que la municipalidad de la Zona 4 de Mixco apoya los talentos artísticos? *

- Sí
- No

11. ¿Si usted tuviera un talento artístico estaría interesado en ser apoyado por la municipalidad de Mixco? *

- Sí
- No

12. ¿Conoce usted los procedimientos para solicitar el uso de las instalaciones del Centro Cultural? *

- Sí
- No

13. ¿Recomendaría el Centro Cultural para realizar algún evento? *

- Sí
- No

14. ¿Le gustaría que por medio de las redes sociales le compartieran las actividades que se llevan a cabo en el Centro Cultural? *

- Sí
- No

15. ¿Cuál es su opinión general de la Municipalidad de la zona 4 de Mixco? *

- Buena
- Regular
- Mala



Anexo B. Modelo de cuestionario de entrevista



Escuela de Ciencias
De la Comunicación



ALCALDIA AUXILIAR ZONA 4 DE MIXCO
CENTRO CULTURAL MIXCO-TALENTO URBANO

ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA

Etapla diagnóstica

Ejercicio Profesional Supervisado de Pedro Javier Montufar Murga

Escuela de Ciencias de la Comunicación

Fecha: _____ Hora: _____

Lugar: _____

Entrevistador: _____

Nombre: _____

Departamento: _____ Cargo: _____

Objetivo: Identificar la problemática comunicacional del Centro Cultural Mixco.

1. ¿Cuál es el objetivo principal del Centro Cultural Mixco?
2. ¿Considera que se le ha prestado el tiempo suficiente al Centro Cultural Mixco para crear una buena figura del establecimiento?
3. ¿Cuál es el motivo por el cual el Centro Cultural Mixco aun no cuenta con una figura institucional?
4. ¿Se ha realizado alguna campaña para darlo a conocer?



5. ¿Cuáles son las actividades que más se han llevado a cabo dentro del establecimiento?
6. ¿Para qué edades el Centro Cultural Mixco presta el apoyo para el desarrollo de talentos?
7. ¿Cada cuanto se realiza alguna publicación en *Facebook* sobre los eventos del Centro Cultural Mixco?
8. ¿Considera que las instalaciones son acordes para llevar eventos masivos?
9. ¿Qué mejoras cree que necesita el Centro Cultural Mixco?
10. ¿Hay alguna página que brinde información del Centro Cultural Mixco?
11. ¿Existe alguna comunicación entre el Centro Cultural Mixco y su grupo objetivo?
12. ¿Con qué frecuencia llegan a solicitar las instalaciones del Centro Cultural Mixco para realizar eventos?
13. ¿Cuál es el canal de comunicación que existe para que las personas puedan obtener información del Centro Cultural Mixco?
14. ¿Está el Centro Cultural Mixco debidamente identificado ante la comunidad?
15. ¿Cuál cree que es la perspectiva que la comunidad tiene hacia el Centro Cultural Mixco?

Anexo C. Comunicación presencial con la institución

Figura 26. Reunión con Arquitecto Héctor Valdezy Licenciado Fernando Dávila, 2021



Fuente: Fotografía capturada por el estudiante de EPSL.

Figura 27. Reunión con Arquitecto Héctor Valdez, 2021



Fuente: Fotografía capturada por el estudiante de EPSL.



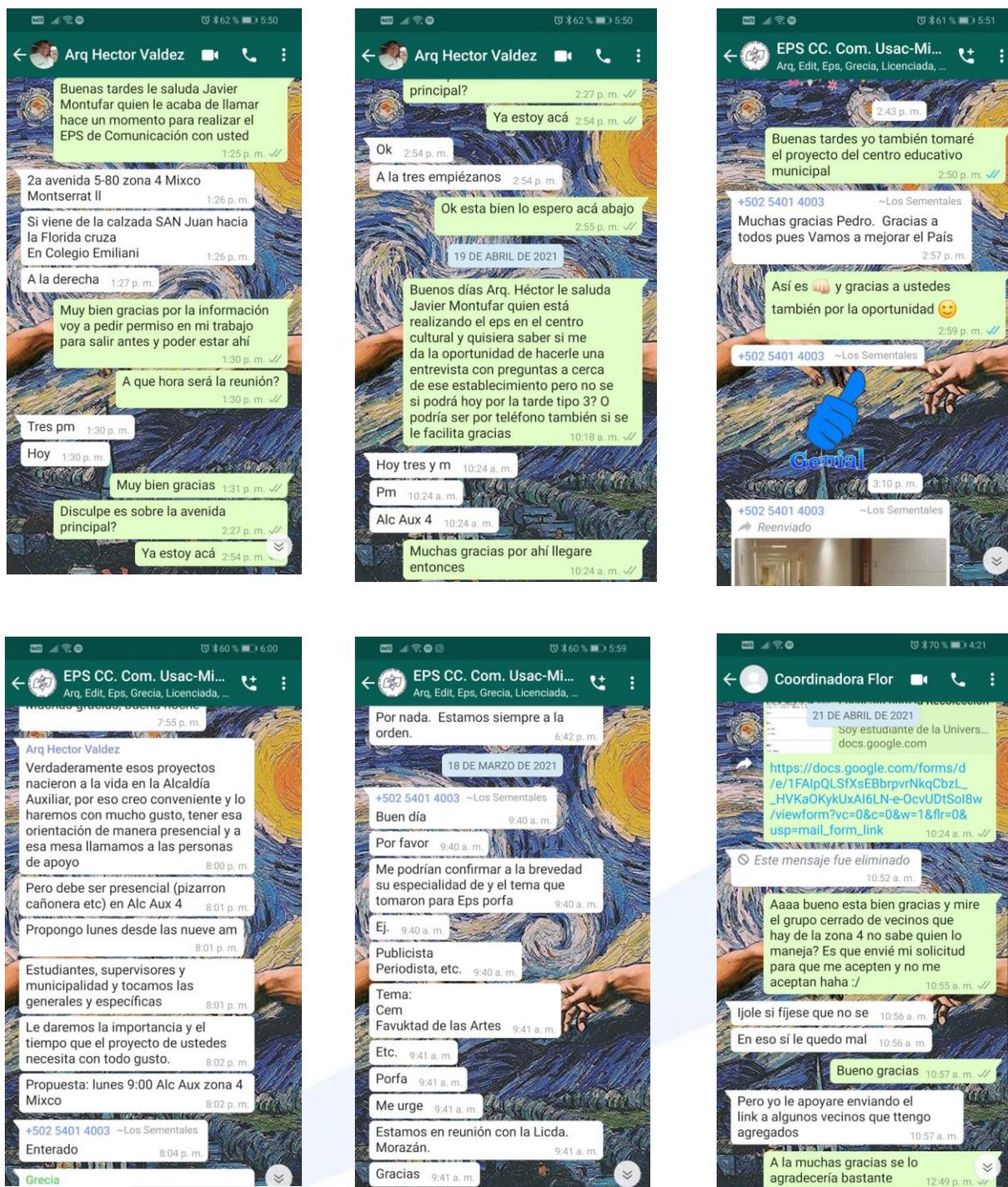
Figura 28. Reunión con Arquitecto Héctor Valdez para la realización de entrevista, 2021



Fuente: Fotografía capturada por el estudiante de EPSL.

Anexo D. Comunicación virtual con la institución

Figura 29. Once capturas de pantalla de *Whatsapp*, 2021

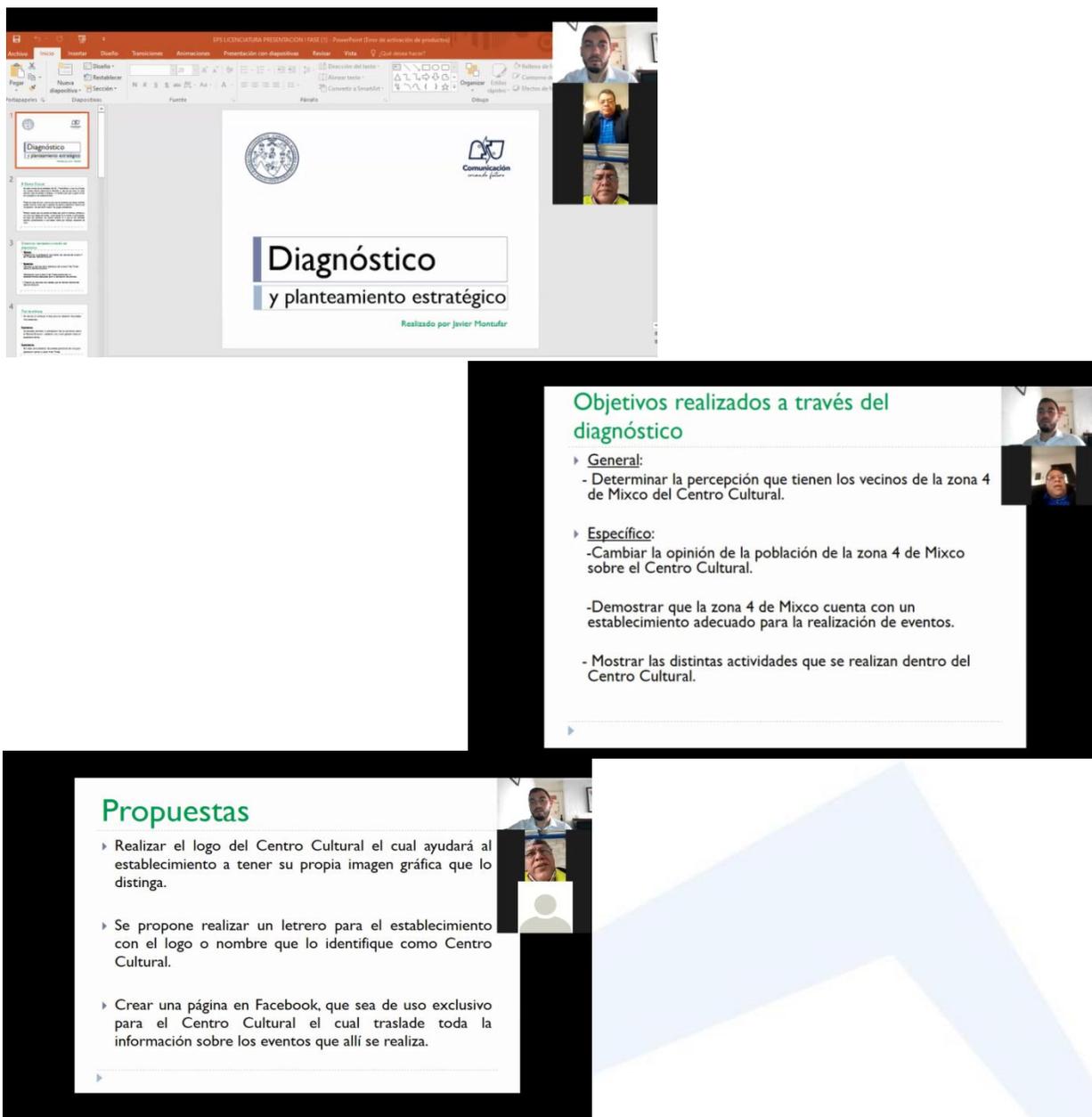




Fuente: Elaboración propia

Anexo E. Reunión virtual para la presentación de diagnóstico y plan estratégico de comunicación

Figura 30. Tres capturas de pantalla de presentación a través de Zoom, 2021



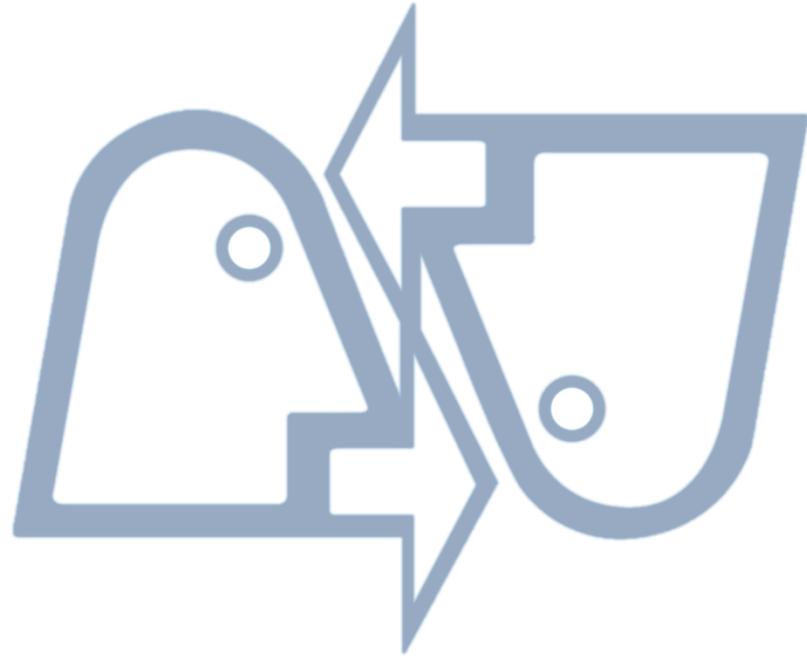
Fuente: Elaboración propia

Anexo F. Visitas al Centro Cultural Mixco para ver las instalaciones y el espacio donde sería colocado el rótulo de la institución

Figura 31. Fotografías de visitas al Centro Cultural Mixco



Fuente: Fotografía capturada por el estudiante de EPSL.



Comunicación

creando futuro