

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO



**DIAGNÓSTICO Y ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN EXTERNA PARA
LA FACULTAD DE LAS ARTES DE LA ALCALDÍA AUXILIAR ZONA
CUATRO DE LA MUNICIPALIDAD DE MIXCO.**

EMMA MAGALI MUÑOZ ALVAREZ

LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

GUATEMALA, OCTUBRE 2021

Universidad de San Carlos de Guatemala

Escuela de Ciencias de la Comunicación

Ejercicio Profesional Supervisado

**Diagnóstico y Estrategia de Comunicación externa para la Facultad de las
Artes de la Alcaldía Auxiliar zona cuatro de la Municipalidad de Mixco.**

Comunicación

Presentado por:

Emma Magali Muñoz Álvarez

Previo a optar por el título de:

Licenciada en Ciencias de la Comunicación

Asesor:

Licenciado Mynor Martínez

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 y

Lic. Julio Sebastián Chilín



Guatemala, octubre 15 de 2021

Estudiante de EPS de Licenciatura
Emma Magali Muñoz Álvarez
Carné 9114670
Presente.

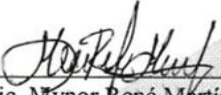
Para su conocimiento y efectos se hace constar que:

Después de evaluar su trabajo académico impreso y de manera virtual, titulado: **“Diagnóstico y Estrategia de Comunicación Externa para la Facultad de las Artes de la Alcaldía Auxiliar, zona cuatro, de la Municipalidad de Mixco”** y luego de haber sustentado el examen privado y defensa de su proyecto de EPS, de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, se aprueba por unanimidad por parte del tribunal examinador.

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

Sin más que hacer constar:

“ID Y ENSEÑAD A TODOS”



Lic. Mynor René Martínez
Supervisor



M.A. Evelyn Morazán
Supervisora



Dr. José María Torres Carrera
Coordinador





Guatemala 4 de marzo de 2021
EPSL-C0118

Arquitecto
Héctor Arnoldo Valdéz Batz
ALCALDÍA MUNICIPAL ZONA 4
Presente.

Distinguido Arquitecto Valdéz:

Por medio de la presente se solicita aceptar como practicante del programa de graduación del EPS de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, a la estudiante **Emma Magali Muñoz Alvarez**, carné no. **9114670** quien manifestó su deseo de hacer Práctica Supervisada en su institución, para el efecto se requiere lo siguiente:

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

Atentamente,

"ID Y ENSEÑAN A TODOS"



Dr. José María Torres

Coordinador EPS Licenciatura en Ciencias de la Comunicación

cc. Archivo
MA. Evelin Morazán

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

www.comunicacion.usac.edu.gt

(502) 2418-8920





OFICIO: CCM/003-Z4-2021

Ciudad de Mixco 22 de marzo de 2,021

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

Estimado Señor Dr.:

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

EMMA MAGALI MUÑOZ ALVAREZ

Quien se identifica con el carné No. **9114670**

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



BBA Fernando Dávila Rafael
Coordinador Extracurricular CEM

Trabajando por nuestro Ciudad

ADMINISTRACIÓN 2016-2020



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



Dedicatoria a:

Dios

Por haberme permitido llegar hasta este punto y haberme dado salud para lograr mis objetivos, además de su infinita bondad y amor.

Mi madre † Emma Dora (QEPD)

Mamá, tú eres y siempre serás lo mejor de mí, gracias por haberme hecho la persona que soy.

Mi padre Fernando

Por apoyarme en cada momento de mi vida; por darme la fortaleza en todo momento y su cariño, me ha ayudado a ser la persona que soy, has sido la base que me ha hecho cada vez más fuerte, para alcanzar cada una de mis metas.

Mi familia y mis hijos José Eduardo y Diego Andres

Por su cariño y amor incondicional han sido el pilar de mi vida, por estar siempre conmigo y permitir que cumpla con uno más de mis sueños graduarme.



Agradecimientos a:

Mi familia por apoyarme en cada elección y emprendimiento, a realizar y terminar con éxito la tesis, gracias a la vida porque todos los días me revela lo hermosa y lo justa que es, gracias a todos por creer en mí.

Mi hermano Carlos por la motivación el cariño incondicional que siempre me ha brindado, su apoyo, sus consejos y buenos deseos de que todo me salga bien.

La Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala, agradezco de todo corazón por haberme dando la oportunidad de formarme en ella.

Las autoridades del Ejercicio Profesional Supervisado -EPS- que me haya permitirme formar parte del programa, en plena crisis sanitaria del COVID-19 que se vive a nivel mundial.

La Facultad de las Artes de la Alcaldía Auxiliar zona cuatro de la Municipalidad de Mixco, por la oportunidad y la confianza de permitirme realizar el Ejercicio Profesional Supervisado, así como al Alcalde Auxiliar de zona cuatro de Mixco y al director de la Facultad de las Artes, Arquitecto Héctor Valdez y Licenciado Fernando Dávila.



Índice



Índice de figuras	i
Índice de tablas	ii
Introducción	iii
Antecedentes	iv
Justificación	v
Capítulo 1	1
Diagnóstico de comunicación	1
1. La Institución:	1
1.2. Perfil Institucional:	1
1.3. Ubicación geográfica:	2
1.4. Integración y Alianzas Estratégicas:	3
1.4.1 Listado de actores claves que apoyan a la Municipalidad de Mixco	3
1.5. Origen e Historia:	4
1.6. Departamentos o dependencias de la institución:	6
1.7. Organigrama de la Institución	8
1.8. Misión:	9
1.9. Visión:	9
1.10. Objetivos institucionales:	9
1.11. Público Objetivo:	10
1.12. Diagnóstico	10
1.13. Objetivo General y Objetivos Específicos:	11
1.13.1 Objetivo general	11
1.13.2 Objetivos específicos	11
1.14. Tipos de Investigación:	11
1.15. Enfoque	13
1.15.1 Tipos de Enfoques:	14
1.16. Técnicas de recolección de datos:	15



1.16.1 La observación	16
1.16.1.1 Tipos de observación	17
1.16.1.2 Observación en la Facultad de las Artes de la Municipalidad de Mixco zona cuatro:	18
1.16.2 Documentación	19
1.16.3 Entrevistas de profundidad	21
1.16.4 Grupos focales	23
1.16.5 Encuestas	23
1.17. Interpretación de los resultados	25
1.18. FODA	38
1.19. Problemas Detectados	40
1.20. Planteamiento del problema comunicacional	40
1.21. Indicadores de éxito	40
1.22. Proyecto a desarrollar	41
Capítulo 2	42
Plan estratégico de comunicación	42
2.1 Plan estratégico de comunicación:	42
2.1.1 Imagen corporativa	43
2.1.2 Comunicación externa	43
2.1.3 Comunicación interna	43
2.2. Misión	43
2.3. Visión	44
2.4. Elementos comunicacionales:	44
2.4.1 Comunicación interna	44
2.4.2 Comunicación organizacional	45
2.4.3 Cultura, identidad e imagen corporativa	45



2.4.4 Comunicación externa	46
2.4.5 Facebook	46
2.4.6 Elementos de la comunicación	47
2.5. Alcances y límites de la estrategia:.....	48
2.6. Metodología para la aplicación de la estrategia comunicacional	49
2.6.1 Objetivos de la Estrategia	50
2.6.1.1. Objetivo general	50
2.6.1.2 Objetivos específicos.....	50
2.6.2 Acciones para conseguir los objetivos.....	50
2.6.3 Los indicadores para medir su cumplimiento	51
2.6.4 Los instrumentos.....	51
2.6.5 Actividades para la operatividad de la estrategia:.....	52
2.7 Financiamiento	54
2.8 Presupuesto.....	55
2.9 Beneficiarios.....	55
2.10 Recursos Humanos	56
2.11 Área geográfica de Acción:	56
2.12 Cuadro comparativo de la estrategia	57
2.13. Cronograma del Plan de Comunicación	59
Capítulo 3	60
3. Informe de la ejecución:	60
3.1. Rotular el edificio de la Facultad de las Artes zona cuatro de Mixco, por ejecutar.	60
3.2. Cartelera informativa, por ejecutar.	62
3.3. Creación de página de <i>Facebook</i> para la Facultad de las Artes.....	64
3.4. Afiche para invitar a vecinos a presentaciones artísticas, por ejecutar.....	67



3.5. Playeras y gorras, por ejecutar.....	68
3.7. Actividades y calendarización:	70
Conclusiones.....	71
Recomendaciones	72
Referencias	73
E-grafía	74
ANEXOS	77
Formato de Encuesta.....	77
Formato de entrevista directora del Centro Educativo Mixco	78
Formato de entrevista Alcalde Auxiliar Zona cuatro de Mixco	79
Formato de entrevista director artístico de la Facultad de las Artes	80
Reunión para explicar el desarrollo de cada programa, en Alcaldía Auxiliar zona cuatro.....	81
Facultad de las Artes zona cuatro de Mixco, Director Artístico Licenciado Fernando Dávila.	83
Propuesta 1	86
Propuesta 2.....	87
Propuesta 3.....	88
Propuesta 4.....	89
Propuesta 5.....	90
Mensajes de aprobación del rotulo de la Facultad de las Artes.	91
Mensaje de aprobación de cartelera inforamativa.	92
Publicaciones realizadas en la página de <i>Facebook</i> de la Facultad de las Artes.....	93



Índice de figuras

Figura 1	Alcaldes de Mixco.....	5
Figura 2	Organigrama de la institución	8
Figura 3	¿Qué edad tienes?.....	25
Figura 4	¿Cuál es tú género?.....	26
Figura 5	¿Qué actividad de las que se describen te gustan?.....	27
Figura 6	¿Qué te gustaria aprender de lo siguiente?.....	28
Figura 7	¿Estás interesado en el arte y la cultura?.....	29
Figura 8	¿Qué instrumento musical de los siguientes te gustaria aprender a tocar?.....	30
Figura 9	¿Conoces la Facultad de las Artes Zona 4 de Mixco?.....	31
Figura 10	¿Te gustaría estudiar en la Facultad de las Artes zona cuatro de Mixco?.....	32
Figura 11	¿Conoces la Misión y Visión de la Facultad de las Artes zona 4 de Mixco?.....	33
Figura 12	¿Conoces los valores de la Facultad de las Artes zona 4 de Mixco?.....	34
Figura 13	¿Conoces la dirección de la Facultad de las Artes zona cuatro de Mixco?....	35
Figura 14	¿Qué red social te gustaria recibir información de la Facultad de las Artes zona 4 de Mixco?.....	36
Figura 15	Selecciona en qué lugar buscarías información para inscribirte en la Facultad de las Artes zona cuatro de Mixco.....	37
Figura 16	La acción comunicativa según Berlo.....	47



Índice de tablas

Tabla 1	Listado de actores claves que apoyan a la Municipalidad de Mixco.....	3
Tabla 2	Foda Facultad de las Artes zona cuatro de Mixco.....	39
Tabla 3	Propuesta uno.....	52
Tabla 4	Propuesta dos.....	52
Tabla 5	Propuesta tres.....	53
Tabla 6	Propuesta cuatro.....	53
Tabla 7	Financiamiento.....	54
Tabla 8	Presupuesto.....	55
Tabla 9	Cuadro comparativo de la estrategia	57
Tabla 10	Cuadro comparativo de la estrategia	58



Introducción

El presente diagnóstico y plan de comunicación se realizó en la Facultad de las Artes de la Alcaldía Auxiliar zona cuatro de la Municipalidad de Mixco, bajo las condiciones de la crisis sanitaria del COVID-19 que se vive a nivel mundial.

Dicha entidad está proyectada para desarrollar las habilidades artísticas de jóvenes, en el aprendizaje de instrumentos musicales para crear oportunidades a los beneficiarios que se adhieran a los cursos que se imparten.

Se inicio con un diagnóstico para conocer la realidad comunicacional de la institución. Se desarrollo a través de investigación descriptiva, así mismo se utilizó el enfoque mixto, cualitativo y cuantitativo y se recopilaron de datos con entrevistas y una encuesta. A través del análisis de esta investigación se determinó la situación actual de la comunicación interna y externa de la Facultad de las Artes.

En plan estratégico de comunicación se determinaron los objetivos de acción para establecer la identidad visual de la Facultad de las Artes, para que sea reconocido por su público externo, a través de canales y mensajes digitales y visuales.

Al final se logró en la Facultad de las Artes, realizar el canal de comunicación de la página *Facebook*, que publicará contenido de interés al público externo; se va visualizar la facultad de las artes rotulando la fachada, la cartelera informativa mostrará actividades a la comunidad y se va promover presentaciones de estudiantes y egresados de dicha facultad.



Antecedentes

La Facultad de las Artes, no cuenta con antecedentes como tesis o investigaciones, razón por la cual no se ha hecho un diagnóstico previo de comunicación en la institución, es un programa creado en el año 2018, por el Arquitecto Héctor Valdez, alcalde Auxiliar de zona cuatro, de la Municipalidad de Mixco.

La Facultad de las Artes depende de la Alcaldía Auxiliar zona cuatro, dicha alcaldía tiene su propia página de *Facebook*, en la cual no proyecta actividades propias de la Facultad, así mismo no cuenta un departamento de comunicación social.

Se crea la Facultad de las Artes, con base a la necesidad de actividades que les den diferentes expectativas a jóvenes emprendedores.

Se realiza el diagnóstico y plan de comunicación, como parte del Ejercicio Profesional Supervisado EPS de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, para conocer, evaluar y analizar la comunicación en la institución en lo interno y externo, así mismo los que se benefician con los cursos que se imparten.



Justificación

El presente diagnóstico y plan de comunicación se realizó como parte del EPS de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, en la Facultad de las Artes de la Alcaldía Auxiliar zona cuatro, Municipalidad de Mixco, para tener un amplio conocimiento de la comunicación interna y externa.

Con el diagnóstico y plan de comunicación se determinó la investigación descriptiva, evidenciando que la Facultad de las Artes no cuenta con su propio canal de comunicación, para mostrar las actividades que se realizan.

Así mismo mediante una encuestas a la población y entrevistas a actores claves, se recopiló información útil, que muestra los procesos de comunicación en la institución para ser reconocida con los públicos externos.

Que la crisis sanitaria que se vive con el COVID-19 limita las actividades presenciales. Siendo la comunicación virtual información en tiempo real presentan una comunicación externa, que permiten proyectar con el público las actividades que se realizan.

La información mediante su propio canal de comunicación con la página de *Facebook*, va a mostrar las actividades que se realizan, los elementos visuales y actividades de promoción van a permitir comunicarse con sus diferentes audiencias.



Capítulo 1



Diagnóstico de comunicación

1. La Institución:

Facultad de las Artes de la Alcaldía Auxiliar zona cuatro de la Municipalidad de Mixco.

1.2. Perfil Institucional:

La Municipalidad de Mixco, es una institución autónoma cuyo objetivo es satisfacer la necesidad de los vecinos para brindarles servicios públicos de calidad y eficientes, entre los que se destacan: catastro, IUSI, construcción privada, servicios públicos, comunidades en desarrollo, juzgado municipal, relaciones públicas, abastecimiento de agua, ornato, limpieza y seguridad ciudadana.

Tiene una estructura vial, con estrategias de ordenamiento territorial, para los vecinos de Mixco, posee personal que administra los recursos en beneficio para la población mixqueña, que garantiza el desarrollo del municipio en calidad de vida y bienestar integral a los vecinos de Mixco.

La Alcaldía Municipal de Mixco, mediante la Constitución Política de la República de Guatemala, las Municipalidades son instituciones autónomas que actúan por delegación del Estado, cuyo fin es la realización del bien común de los habitantes, como lo establece el Código Municipal, que las Municipalidades a través del Concejo Municipal, emitirán su propio reglamento interno de organización y funcionamiento, de los reglamentos y ordenanzas para la organización y funcionamiento de sus oficinas, así mismo el reglamento de personal que garanticen la buena marcha de la organización municipal.



1.3. Ubicación geográfica:

La Alcaldía Auxiliar, se encuentra ubicada en la 2ª Avenida y 6ª Calle Boulevard Paseo de los Campeones Monserrat II zona 4 de Mixco.

Mixco es uno de los 340 municipios de la República de Guatemala y pertenece al departamento de Guatemala. Tiene una extensión territorial de 132 kilómetros cuadrados y está a 17 kilómetros de la cabecera del departamento. Cuenta con 507,549 habitantes. (INE 2008-2009).

Mixco limita al norte con los municipios de San Pedro Sacatepéquez, San Juan Sacatepéquez y Chinautla, al sur con Villa Nueva, al este con la Ciudad de Guatemala y al oeste con el departamento de Sacatepéquez. Aunque la mayor parte de su territorio es absorbida por la expansión de la capital, aún quedan expresiones propias del pueblo mixqueño (Viaje a Guatemala, s.f.). Mixco celebra su feria en honor a la Virgen de Morenos, el 28 de enero de cada año.

Entre sus aldeas principales están: El Campanero, San José La Comunidad, Lo de Coy, Lo de Bran, Lo de Fuentes, El Naranjito, Sacoj, Buena Vista, El Aguacate, El Manzanillo.

En cuanto a sus colonias principales están: El Milagro, Primero de Julio, San Francisco, El Caminero, Carolingia, Las Brisas, La Brigada, Belén, Monserrat, Las Minervas, Monte Real, Monte Verde, El Castaño, Pablo VI, Belencito, Molino de las Flores, Ciudad San Cristóbal, Lomas de Portugal, Bosques de San Nicolás.



1.4. Integración y Alianzas Estratégicas:

La Municipalidad de Mixco tiene diferentes alianzas que le apoyan en los trabajos que realiza a la comunidad, así fortalecer los proyectos que son ejecutados para el bien de los comunitarios.

1.4.1 Listado de actores claves que apoyan a la Municipalidad de Mixco

Tabla 1

No.	Actor	Recurso/acciones de apoyo
1.	Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social	Vigilancia de la calidad de agua y saneamiento, atención preventiva, coordinación institucional.
2.	Consejo Departamental de Desarrollo Guatemala	Financiero y supervisión a la ejecución de proyectos.
3.	Mancomunidad gran ciudad del sur	Financieros, asistencia técnica, coordinación interinstitucional; coordinación con agencias de cooperación.
4.	SEGEPLAN	Asistencia técnica en la gestión planificación municipal.
5.	CONAP	Coordinación y asistencia técnica.
6.	Ministerio de Gobernación	Apoyo en la seguridad ciudadana coordinación institucional.
7.	Ministerio de Comunicaciones, Infraestructura y Vivienda	Asistencia técnica en infraestructura vial, coordinación institucional.
8.	CONRED	Asistencia técnica en gestión de riesgo.
9.	Consortio Ong's: <i>Esfra-ismugua-oxfam; Radf, Coopi, Mercy Corps,</i>	Asistencia técnica, gestión interinstitucional y financiamiento de proyectos.
10.	Ministerio de Finanzas Públicas	Apoyo en gestión administrativa y financiera.
11.	INTECAP	Asistencia Técnica para la elaboración de los procesos para los cursos de capacitación.
12.	Secretaría de Obras Sociales de la Esposa del presidente	Seguimiento profesional para la derivación de casos.
13.	SEPREM	Asesoría en procesos de la Dirección Municipal de la Mujer -DMM- como atribuciones y asesoría sobre políticas en favor de las mujeres.



14.	AMSA- Autoridad para el manejo sustentable de la Cuenca y del Lago de Amatitlán	Asistencia técnica, coordinación interinstitucional, coordinación con agencias de cooperación, prestación de equipo, capacitaciones.
15.	FUNDAECO- Fundación para el ecodesarrollo y la conservación	Asistencia técnica, coordinación interinstitucional.
16.	Universidad de San Carlos de Guatemala	Ejecución de proyectos universitarios en el municipio, así como asistencia profesional.

Fuente: Unidad de acceso a la información pública Municipalidad de Mixco, 2021.

1.5. Origen e Historia:

Tras la Independencia de Centroamérica en 1821, la constitución del Estado de Guatemala promulgada el 11 de octubre de 1825 estableció los circuitos para la administración de justicia en el territorio del Estado; allí se menciona que Mixco pertenecía al circuito Sur-Guatemala junto con los barrios de las parroquias de Santo Domingo y de Los Remedios en la Ciudad de Guatemala, y los poblados de San Pedro Las Huertas, Ciudad Vieja, Guadalupe, Pinula, Arrazola, los Petapas, Villa Nueva y Amatitlán.

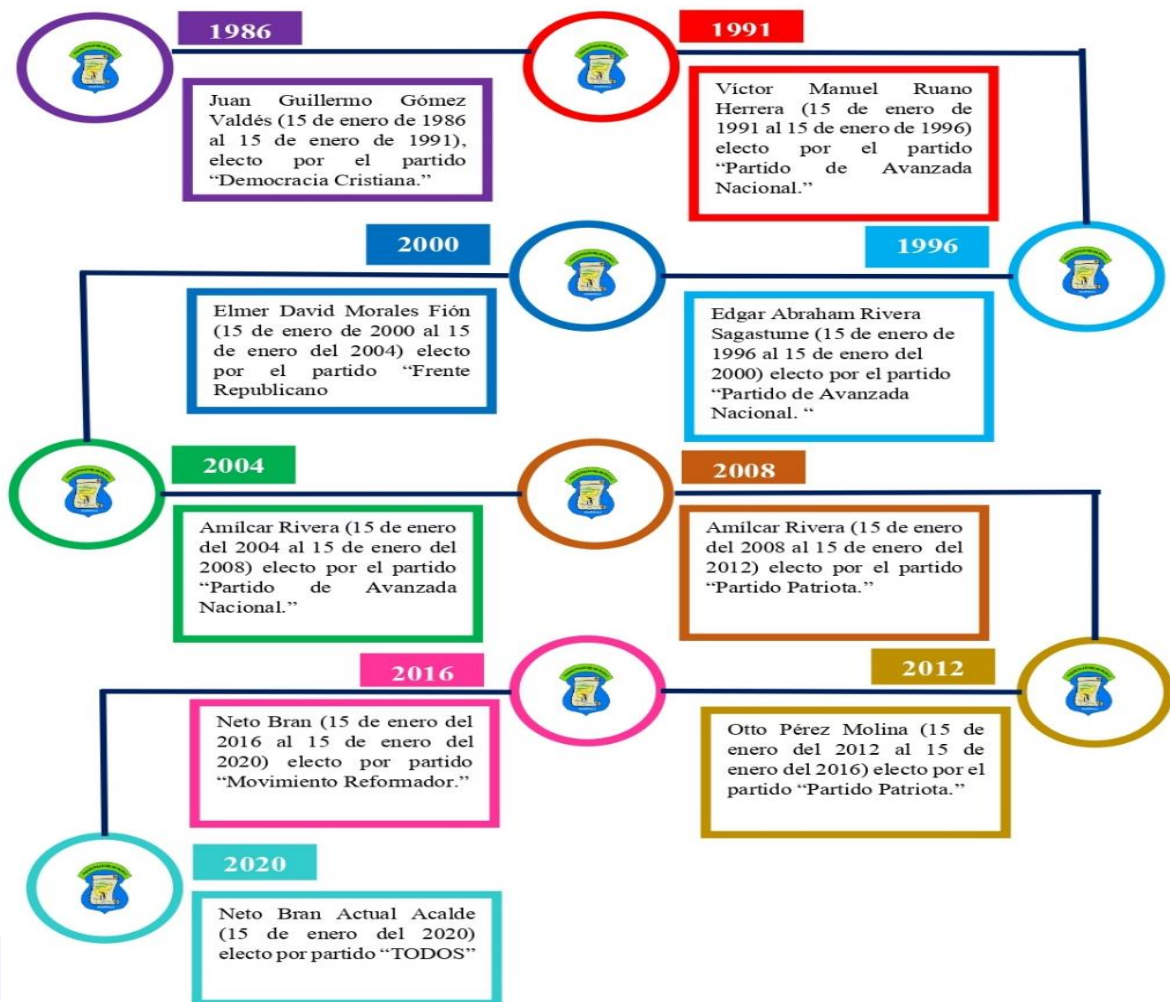
Tras la Reforma Liberal de 1871, dirigida por los generales Justo Rufino Barrios y Miguel García Granados, todas las municipalidades de Guatemala obtuvieron la autonomía en la firma del acta de Patzicía de 1877. Sin embargo, a 1915 aún mantenían la costumbre de tener dos alcaldes: uno ladino y uno indígena, a este último lo llamaban «Alcaldito». La mayoría de los alcaldes ladinos, eran personajes de la ‘Calle Real’, que voluntariamente aceptaban el cargo por un período no mayor de un año, sin sueldo al igual que el alcalde de indígenas, que era electo por el pueblo en la Cofradía de Santo Domingo de Guzmán.

La Facultad de las Artes es un programa creado en el año 2018, por el Arquitecto Héctor Valdez, alcalde Auxiliar de zona cuatro, de la Municipalidad de Mixco, para el emprendimiento que desarrolla el talento artístico de los jóvenes vecinos de la zona cuatro de Mixco, a través de la enseñanza y aprendizaje, impartiendo cursos de marimba, batería, guitarra y canto.



Las autoridades que rigen a la Facultad de las Artes, son el alcalde de Mixco, el Alcalde Auxiliar de zona cuatro; como propiciador del programa, la Secretaría y Obras Sociales de la esposa del alcalde encargada de desarrollar los proyectos que permitan enfocarse a la atención de las comunidades del municipio.

Figura 1



Alcaldes de Mixco.
Fuente: Elaboración propia.



1.6. Departamentos o dependencias de la institución:

Consejo Municipal

Es responsable de la toma de decisiones y tiene su sede en la cabecera de la circunscripción municipal. El gobierno municipal corresponde al Concejo Municipal, el cual es responsable de ejercer la autonomía del municipio.

Secretaría Municipal

Tiene como finalidad diligenciar los expedientes administrativos y velar por el fiel cumplimiento de las ordenanzas, reglamentos y disposiciones de carácter general, emitidas por el Concejo Municipal o alcalde y mantener en resguardo los documentos y registros municipales.

Asesoría Jurídica

Es la responsable de prestar asesoría en materia de derecho al alcalde, al Concejo Municipal, a las distintas unidades municipales y a la comunidad cuando corresponda.

Juzgado de Asuntos Municipales y de Transito

Es el responsable de ejercer jurisdicción y autoridad en todo el ámbito de la circunscripción municipal de Mixco, conforme a las normas de la Constitución Política de la República de Guatemala, del Código Municipal y demás leyes ordinarias, ordenanzas, reglamentos y demás disposiciones municipales y de tránsito vigentes.

Alcaldía Municipal

Es la unidad administrativa con el más alto grado jerárquico en la Municipalidad, se encarga de dirigir las actividades de todas las dependencias de la municipalidad y cumplir las ordenanzas, reglamentos, acuerdos, resoluciones y demás disposiciones del Concejo Municipal.



Unidad de Auditoría Interna

Es la responsable de la revisión, fiscalización contable, financiera y administrativa de carácter posterior por medio de la supervisión, verificación, evaluación y análisis permanente de los registros y operaciones que evalúa permanentemente los sistemas y procedimientos utilizados para el control e información de las operaciones municipales.

Secretaría y Obras Sociales esposa del alcalde

Es la responsable de atender las necesidades prioritarias de la población del municipio principalmente la de los grupos más vulnerables, (niños, niñas, jóvenes, mujeres rurales, adultos mayores y discapacitados) y promueve el desarrollo social de los habitantes del municipio.

Unidad de Comunicación Social y Protocolo

Es la responsable de desempeñar una función facilitadora y de enlace entre las autoridades de la institución y los medios de comunicación en forma eficiente, que contribuyen al fortalecimiento de la imagen institucional de la municipalidad, donde aplican una política de transparencia y de puertas abiertas a los medios de comunicación social y facilitan el acceso a la información a través de fuentes directas.

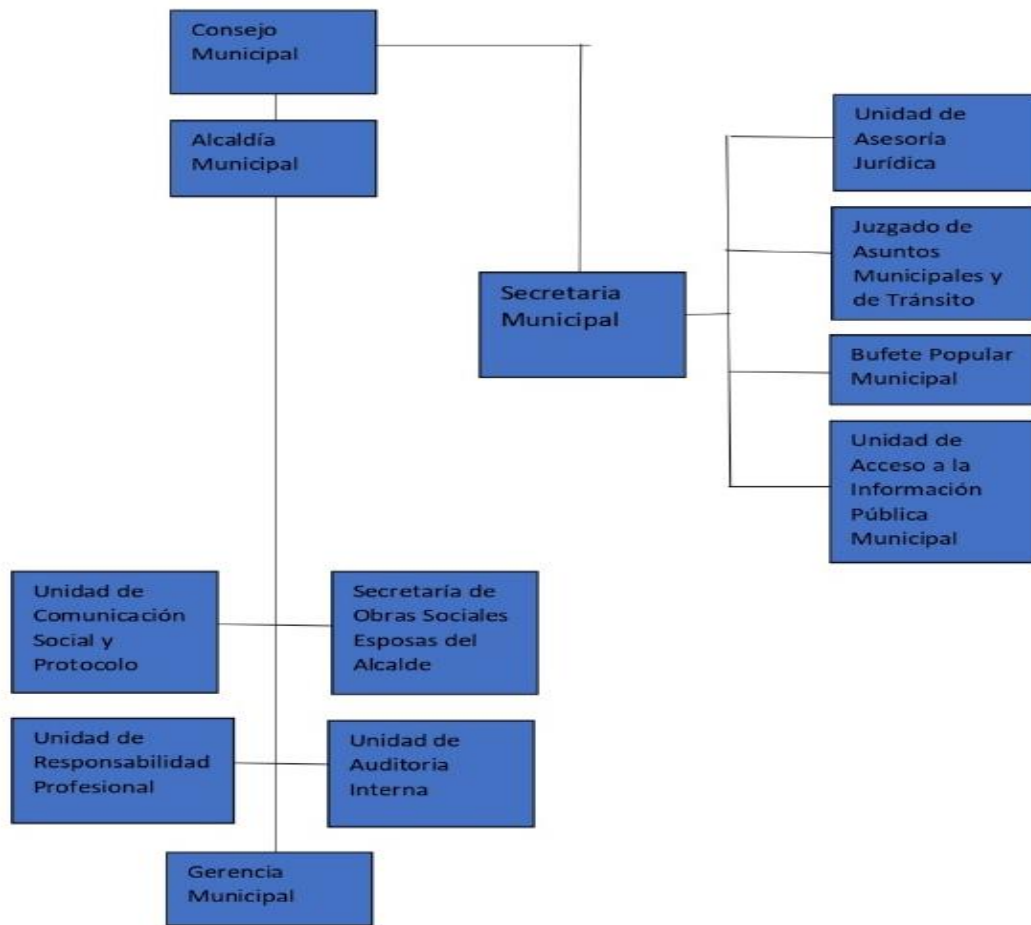
Gerencia Municipal

Es la responsable de brindar asesoría al alcalde y al Concejo Municipal, ejecutar y conducir las políticas de todas las actividades dentro de las directrices fijadas por la Corporación Municipal, tienen a su cargo la gestión estratégica desarrollar procesos de planificación, organización y dirección, así como de la gestión administrativa, financiera y económica.



1.7. Organigrama de la Institución

Figura 2



Organigrama de la institución.

Fuente: <https://www.munimixco.gob.gt/organigrama/>



1.8. Misión:

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

Esta misión pertenece a la Municipalidad de Mixco ya que la Facultad de las Artes no cuenta con su propia misión.

1.9. Visión:

Ser una Municipalidad que brinde servicios públicos eficientes para garantizar el desarrollo integral sostenible del municipio que permita una mejora de la calidad de vida y un bienestar integral a la población mixqueña.

Al igual que la misión, esta visión pertenece a la Municipalidad de Mixco ya que la Facultad de las Artes no cuenta con su propia visión.

1.10. Objetivos institucionales:

Satisfacer las necesidades de los vecinos mixqueños para gozar de una mejor calidad de vida. La Facultad de las Artes no cuenta con objetivos institucionales.



1.11. Público Objetivo:

Población de jóvenes hombres y mujeres vecinos de zona cuatro de Mixco, que tengan el gusto por el arte en general, que estén interesados en aprender a tocar un instrumento o cantar.

1.12. Diagnóstico

El diagnóstico es una estrategia que está orientada al proceso de cambio que con el reconocimiento de la situación actual de la organización y de los distintos grupos que la conforman, el objetivo de evaluar la eficacia de los sistemas de comunicación de la empresa o institución. “Diagnosticar implica realizar una primera aproximación a la realidad y al contexto de la organización” (Enz, Franco, Spagnuolo, 2012, p.71).

Cuando se elabora un diagnóstico se amplía el conocimiento sobre la situación para enfrentar el problema, así poder elaborar distintas estrategias que permitan cumplir con los objetivos de comunicación, mediante distintos tipos de miradas y aportes que construyen y planifican la comunicación para el autoconocimiento de la organización.

El diagnóstico revisa mediante análisis de datos e información lo que sucede en la institución, así como mejorar o corregir el problema de comunicación. “Las técnicas de diagnóstico comunitario pueden variar según la naturaleza del proyecto y la comunidad: mesas de trabajo, entrevistas, encuestas, matriz FODA o DOFA, etc.” <https://www.significados.com/diagnostico/> Recuperado 16 de abril de 2021.

En el campo de la comunicación el diagnóstico se centra en los aspectos comunicacionales de una institución y una organización, ya sean estos tangibles o intangibles. En este punto se trata de analizar los distintos planos de relaciones comunicacionales que circulan y atraviesan permanentemente a la organización objetivo tanto a nivel interno como externo.



1.13. Objetivo General y Objetivos Específicos:

1.13.1 Objetivo general

Describir el proceso de comunicación externa de la Alcaldía Auxiliar zona cuatro de la Municipalidad de Mixco con sus distintos públicos (internos y externos).

1.13.2 Objetivos específicos

- a. Identificar cuáles son los canales de comunicación externos que establece la Facultad de las Artes de la Alcaldía Auxiliar zona cuatro de la Municipalidad de Mixco para interactuar con su público externo.
- b. Conocer la percepción que tienen los alumnos de zona cuatro de Mixco sobre los programas que la Facultad de las Artes de la Alcaldía Auxiliar zona cuatro de la Municipalidad de Mixco, realiza para promover el arte y la cultura en el área de cobertura.
- c. Evaluar el contenido informativo que genera la Alcaldía Auxiliar zona cuatro de la Municipalidad de Mixco a través de *Facebook*, con sus diferentes públicos sobre programas culturales.

1.14. Tipos de Investigación:

Se trata de herramientas que son vitales para el avance científico, permiten comprobar o descartar hipótesis con parámetros fiables, de manera sostenida en el tiempo y con objetivos claros. De esta manera se garantiza que las contribuciones al campo del conocimiento investigado puedan ser comprobadas y replicadas.



Existen varios tipos de investigación que se clasifican de acuerdo con su objetivo y la profundidad del estudio realizado, los datos que se analizan, el tiempo que requiere el estudio del fenómeno, entre otros factores de la investigación.

Investigación descriptiva

Se trata de un enfoque en que las características de un problema son la principal preocupación del investigador como tal, estos son los hechos a describir seleccionados de acuerdo con los criterios que sean definidos y permitan demostrar la relación de interés. Dicha investigación describe situaciones o fenómenos y acontecimientos, que destaca a la población que se estudia, brinda información acerca del qué, cómo, cuándo y dónde, referente al problema de investigación, sin dar prioridad al responder ‘por qué’ (Gómez y Miguel, 2019).

La investigación descriptiva, es uno de los enfoques cualitativos que se utiliza en la evaluación de algunas características de una población o situación en particular, es el objetivo primordial describir el comportamiento, orientando al investigador, sobre la hipótesis y teorías que respaldada la observación.

Investigación histórica

Busca reconstruir el pasado de la manera más objetiva y exacta posible, es la manera sistemática y forma que recolecta, evalúa, verifica y sintetiza evidencias que permitan obtener conclusiones válidas, a menudo derivadas de hipótesis. Toda investigación se inicia con la búsqueda de información relacionada con el tema a desarrollar, posteriormente se procede a la clasificación y organización efectiva de los datos. Gómez y Miguel expresan que “en este proceso, la correcta elección de la fuente permite la formulación de hipótesis e identificación de teorías que permitan comprender el problema de investigación” (2019, p. 34).



Investigación experimental

Determina con mayor confiabilidad posible, las relaciones causa-efecto, de acuerdo con la observación, manipulación y registro de las variables. En este sentido el objetivo de estudio depende del investigador y de las decisiones que tome para realizar el experimento en el cual va a manipular las variables y se observaran así los resultados (Gómez y Miguel, 2019).

En la investigación de enfoque experimental el investigador manipula una o más variables de estudio, para controlar el aumento o disminución de esas variables y su efecto en las conductas observadas. Dicho de otra forma, un experimento consiste en hacer un cambio en el valor de una variable (variable independiente) y observar su efecto en otra variable (variable dependiente).

Esto se lleva a cabo en condiciones rigurosamente controladas, con el fin de describir de qué modo o por qué causa se produce una situación o acontecimiento particular. Los métodos experimentales son los adecuados para poner a prueba hipótesis de relaciones causales.

En el enfoque experimental el investigador manipula una o más variables del estudio, así controlar el aumento o disminución de dichas variables y su efecto en las conductas observadas. Lleva a cabo condiciones rigurosamente controladas, con el fin de describir de qué modo o por qué causa se produce una situación o acontecimiento particular (Gómez y Miguel, 2019).

1.15. Enfoque

El enfoque de la investigación es la manera como el investigador se va a aproximar al objeto de estudio, siendo la perspectiva desde la cual aborda el tema, que variará con el tipo de resultados que espera encontrar. Existen tres enfoques de investigación: el cuantitativo, mixto y cualitativo, cada uno está basado en sus propios paradigmas en relación con la realidad y el conocimiento. Estos esquemas buscan describir a grandes rasgos cómo se hacen los procesos en cada uno de los enfoques.



1.15.1 Tipos de Enfoques:

Enfoque cuantitativo

La investigación cuantitativa es una serie de procesos relacionados de manera sistemática, partiendo de una idea general, que constituye el marco teórico en la que se formulan las preguntas de investigación, estableciendo hipótesis, utilizan métodos estadísticos a partir de los cuales se realizan interpretaciones para luego obtener conclusiones.

Para su ejecución se emplean distintas herramientas informáticas, matemáticas y estadísticas. “Dicho enfoque es bastante utilizado en las ciencias exactas y se emplea para la realización de estudios de mercado para los comerciantes, como un ejemplo de su empleo” (Gómez y Miguel, 2019, p.36).

Enfoque cualitativo

El método cualitativo se basa en la recolección de la información para someterla a la observación de los comportamientos y la interpretación. El enfoque cualitativo no realiza análisis estadísticos, se vale de técnicas como la observación y la entrevista. Describiendo detalladamente situaciones, eventos, personas e interacciones, así como conductas observadas y manifestadas por las personas o grupos sociales.

Enfoque mixto

El enfoque mixto comprende la combinación de las metodologías cuantitativa y cualitativa, están encaminadas a la solución de un problema de investigación. Esta integración se realiza para tener una visión completa del problema de estudio que el investigador observa; así mismo la evaluación de los fenómenos, en consecuencia, se establecen los criterios del trabajo interpretativo, que fundamentan las suposiciones que se realizan mediante teorías y datos obtenidos (Gómez y Miguel, 2019).



Teorías que sustentan o fundamentan el diagnóstico

Para este estudio se trabajó la investigación descriptiva que describirá los hechos seleccionados que permitan definir los criterios, así demostrar la relación de interés y el enfoque mixto, para recopilar información que será utilizada en el análisis estadístico de la muestra de población, donde se obtiene información relevante de los actores, con la integración de los métodos cuantitativo y cualitativo, a partir de los elementos que integran la investigación.

1.16. Técnicas de recolección de datos:

La entrevista

La entrevista reside en que son los mismos actores quienes proporcionan los datos relativos a sus conductas, opciones, deseos, actitudes y expectativas, que por su naturaleza es casi imposible de observar desde afuera. Se constituye en un diálogo que se establece con un informante o interlocutor, el objetivo es obtener la información de primera mano sobre un tema que se estudia. La importancia de esta técnica permite el contacto directo con los actores de los procesos, que proporcionan datos relativos a sus conductas, opciones, deseos, actitudes y expectativas (Gómez y Miguel, 2019).

El cuestionario

Es una técnica utilizada con frecuencia en investigaciones cuantitativas y mixtas, las encuestas pueden realizarse vía electrónica, por teléfono o de manera presencial, en los lugares donde se efectúa la investigación. Debido a su factibilidad, es de uso constante para el investigador. Gómez y Miguel expresan que “la técnica de la encuesta es una herramienta de recolección de datos en la cual se utiliza un cuestionario con preguntas cerradas con la intención que los datos que se obtengan sean precisos y en grandes cantidades” (2019, p. 98). Los resultados se obtienen de manera rápida y para su análisis y representación se utiliza gráficas.



Grupos focales

Los grupos focales se llevan a cabo en la reunión de un grupo de personas con características comunes de las que pueden aportar información sobre el problema de investigación. En este enfoque se realizan entrevistas y la conversación, la cual es dirigida por el investigador. Los grupos focales son particularmente utilizados para la realización de investigación cualitativa.

Registro de información documental

Analiza y registra la información que se encuentra dispersa en distintos documentos, informes, actas, etc., que se relacionen con la investigación que se realiza. “El investigador debe ser cuidadoso en la elección de las fuentes y organizarlas para ser contrastadas con otras fuentes, para tener una visión más amplia e integrar el problema” (Gómez y Miguel, 2019, p.101).

Teorías que sustentan o fundamentan el diagnóstico

Para esta investigación se utilizará el método mixto que combina los enfoques cualitativo y cuantitativo; de recolección de datos cualitativos será la entrevista, que extrae los insumos necesarios con actores claves; y el cuestionario se usará en la obtención de información, con la recolección de datos y el análisis estadístico se identificarán los canales de comunicación.

1.16.1 La observación

Es una técnica que permite el registro continuo del comportamiento de un grupo social, por lo que el investigador tiene la oportunidad de ser testigo del desarrollo del fenómeno que se analiza. Esta técnica es usual utilizarla en la investigación cualitativa, sin embargo, también se entiende que la observación es un proceso activo de selección y clasificación mental, la cual ordena las ideas.



Esta técnica se realiza según sea la naturaleza de la investigación, mediante su uso se pueden analizar las relaciones entre los participantes. Para ello es necesario observar los comportamientos, así como la forma en que se comunican entre sí, los espacios, las acciones, etc.

1.16.1.1 Tipos de observación

Observación simple o no estructurada

El investigador se limita únicamente a describir datos que se obtienen de la propia indagación. Permite también planificar, así conseguir información sobre el hecho específico a través de observar su contexto natural. La observación simple se ejerce mediante los sentidos del investigador. Es considerado en gran medida una desventaja, porque la percepción del observador juega un papel primordial en el estudio, es posible que los resultados estén sesgados. <https://www.lifeder.com/tipos-de-observacion-cientifica>. Recuperado 28 de abril del 2021.

Observación sistemática o estructurada

Esta realiza un adecuado control del proceso, utiliza medios de control tales como documentación estadística, donde la repetición de las observaciones permite la uniformidad en los datos registrados, la observación sistemática en su estructura es más específica que la observación simple. Con claridad se tienen determinados cuáles serán los aspectos puntuales por observar. <https://www.lifeder.com/tipos-de-observacion-cientifica>. Recuperado 28 de abril del 2021.

Observación participante

El investigador sí se involucra en el fenómeno a investigar, y forma parte de este. Esto hace que pueda tener un contacto directo con el objeto de estudio, pero a veces, puede ocurrir que aquello que se le presente no resulte auténtico justamente por la presencia de un tercero que lo condicione.



Observación no participante

El investigador no forma parte del fenómeno o grupo de personas que se estudian, se observa desde afuera, para no modificar ninguna de sus variables ni condicionar el comportamiento del objeto de estudio. Arrollo expresa que “el observador no se integra al grupo observado (solo observa de lejos)” (2020, p. 271).

1.16.1.2 Observación en la Facultad de las Artes de la Municipalidad de Mixco zona cuatro:

Se observó que la Facultad de las Artes es un programa de emprendimiento que desarrolla el talento artístico de los jóvenes vecinos de la zona cuatro de Mixco, extrae las capacidades artísticas a través de la enseñanza y aprendizaje, en la actualidad se imparten cursos de Marimba, batería, guitarra y canto. Los estudiantes reciben las clases de modo virtual, debido a la crisis derivada de la pandemia COVID-19, a partir del 14 de abril del presente año, se retoma la modalidad híbrida, y se tiene también la modalidad virtual, siempre con el respectivo cuidado en los protocolos de bioseguridad adecuados para garantizar la salud de los estudiantes.

Los actores clave que influyen significativamente en la Facultad de las Artes, son el alcalde de Mixco, el Alcalde Auxiliar de zona cuatro; como propiciador del programa, la Secretaría y Obras Sociales de la esposa del alcalde encargada de desarrollar los proyectos que permitan enfocarse a la atención de las comunidades del municipio, es un programa financiado en su totalidad por la Municipalidad de Mixco, posee instalaciones propias.

También se observó que la Facultad de las Artes, a lo interno no tiene: correo institucional, pizarra informativa, buzón de sugerencias, no tienen establecidos canales formales de comunicación con los colaboradores del programa, Recursos Humanos de la Municipalidad de Mixco es quien rige la contratación del personal.



Se detectó que no tiene una identidad corporativa para la gestión de comunicación a los públicos externos, como misión, visión, objetivos institucionales, elementos distintivos que promuevan la identidad de la organización social civil.

El instituto Centro Educativo Mixco CEM, de la Municipalidad de Mixco, ha sido el mecanismo por el cual se da a conocer a los públicos externos de los programas de la Facultad de las Artes, los estudiantes del instituto son los beneficiarios en recibir los cursos que imparte la Facultad de las Artes, de los cuales se destacan jóvenes egresados de la Facultad de las Artes, que han sido contratados por la Municipalidad de Mixco para estar en la marimba que representa a la Municipalidad de Mixco.

Su estructura se rige por: director general alcalde de Mixco, director local Alcalde Auxiliar de zona cuatro, coordinador administrativo, coordinador artístico e instructor musical.

Tipo de observación que se utilizó para fundamentar el diagnóstico

Para esta investigación se utilizará la observación sistemática o estructurada, la cual servirá para cuantificar los canales de comunicación que se analizarán en dicha investigación.

1.16.2 Documentación

Según el Código Municipal del Decreto 12-2002 del Congreso de la República, menciona en el capítulo IV Alcaldías indígenas, Alcaldías Comunitarias o Alcaldías Auxiliares, en sus artículos 55, 56, 57, 58 y 59, alude a la formación y funciones de las alcaldías que a continuación se describen tomado de sus páginas 17 al 19:

ARTICULO 55. Alcaldías indígenas. El gobierno del municipio debe reconocer, respetar y promover las alcaldías indígenas, cuando éstas existan, incluyendo sus propias formas de funcionamiento administrativo.

ARTICULO 56. Alcaldías comunitarias o alcaldías auxiliares. El Concejo Municipal, de acuerdo a los usos, normas, y tradiciones de las comunidades, reconocerá a las alcaldías comunitarias o alcaldías auxiliares, como



entidades representativas de las comunidades, en especial para la toma de decisiones y como vínculo de relación con el gobierno municipal. El nombramiento de alcaldes comunitarios o alcaldes auxiliares lo emitirá el alcalde municipal, con base a la designación o elección que hagan las comunidades de acuerdo con los principios, valores, procedimientos y tradiciones de estas.

ARTICULO 57. Duración de los cargos de la alcaldía comunitaria o auxiliar. Los miembros de las alcaldías comunitarias o alcaldías auxiliares durarán en el ejercicio de sus cargos el período que determine la asamblea comunitaria, el cual no podrá exceder el período del Concejo Municipal, con base en los principios, valores, normas y procedimientos de la comunidad, o en forma supletoria, según las ordenanzas que emita el Concejo Municipal.

ARTICULO 58. Atribuciones del alcalde comunitario o alcalde auxiliar. Son atribuciones del alcalde comunitario o alcalde auxiliar, en su respectiva circunscripción, las siguientes:

- a) Promover la organización y la participación sistemática y efectiva de la comunidad en la identificación y solución de los problemas locales.
- b) Colaborar en la identificación de las necesidades locales y en la formulación de propuestas de solución a las mismas.
- c) Proponer lineamientos e instrumentos de coordinación en la comunidad para la ejecución de programas o proyectos por parte de personas, instituciones o entidades interesadas en el desarrollo de las comunidades.
- d) Elaborar, gestionar y supervisar, con el apoyo y la coordinación del Concejo Municipal, programas y proyectos que contribuyan al desarrollo integral de la comunidad.
- e) Cooperar en censos nacionales y municipales, así como en el levantamiento y actualización del catastro municipal.
- f) Promover y gestionar en el ámbito comunitario y municipal las acciones que garanticen el uso racional y sostenible de la infraestructura pública.
- g) Ejercer y representar, por delegación del alcalde, a la autoridad municipal.
- h) Ser vínculo de comunicación entre las autoridades del municipio y los habitantes.
- i) Rendir los informes que le sean requeridos por el Concejo Municipal o el alcalde.
- j) Mediar en los conflictos que los vecinos de la comunidad le presenten, coordinando esfuerzos con el Juzgado de Asuntos Municipales, cuando el caso lo requiera.
- k) Velar por el cumplimiento de las ordenanzas, reglamentos y disposiciones de carácter general, emitidos por el Concejo Municipal o el alcalde, a quien dará cuenta de las infracciones y faltas que se cometan.
- l) Velar por la conservación, protección y desarrollo de los recursos naturales de su circunscripción territorial.
- m) Las demás que le sean asignadas por la ley y, las que le delegue el Concejo Municipal o el alcalde municipal, en el ámbito de sus respectivas competencias.

Los funcionarios y empleados municipales deberán prestar, en lo que les corresponda, la colaboración necesaria para el cumplimiento de las atribuciones del alcalde comunitario o alcalde auxiliar. El Concejo Municipal sesionará, cuando menos dos (2) veces al año, con los alcaldes comunitarios o auxiliares del municipio, para coordinar actividades.



ARTICULO 59. Retribución a los cargos de alcaldes comunitarios o alcaldes auxiliares. Cada municipalidad, de acuerdo con sus recursos financieros, regulará en el reglamento municipal la retribución que corresponda por el servicio de alcalde comunitario o alcalde auxiliar.

1.16.3 Entrevistas de profundidad

Las entrevistas se realizaron con el objetivo de obtener la información sobre los procesos de comunicación interna y externa, identificar los canales que se utilizan, se formularon preguntas a tres actores claves: alcalde auxiliar de zona cuatro de Mixco, coordinador artístico de la Facultad de las artes, directora del Centro Educativo Mixco CEM.

Otro objetivo de las entrevistas es para conocer los procesos de comunicación externa de la Facultad de las Artes, con los públicos externos, así mismo evaluar el contenido informativo que genera la alcaldía auxiliar zona cuatro a través de *Instagram* y *Facebook*.

Entrevista uno:

La entrevista realizada al Licenciado en administración de negocios Fernando Dávila, coordinador artístico de la Facultad de las Artes, se realizó el 12 de abril del presente año, donde destaca que se tiene deficiencia en la forma como se maneja la información interna y externa, pone en evidencia que el mecanismo que se tiene para dar a conocer los programas que se imparten en la Facultad de las Artes externamente es mediante el Centro Educativo Mixco CEM.

Actualmente hay estudiantes egresados de la Facultad de las Artes del CEM. Se reciben las clases en modo híbrido, tienen también la opción virtual, dicho programa es financiado por la Municipalidad de Mixco, no tiene destinado presupuesto para comunicación. El Licenciado Dávila manifestó que “reconocido como un ente de arte y cultura, crear pureza de mente con emprendimiento sin necesidad de estar graduados” (F. Dávila, comunicación personal, 12 de abril de 2021).



Entrevista dos:

La entrevista realizada al Arquitecto Héctor Valdez, Alcalde Auxiliar zona cuatro de Mixco, se realizó el 14 de abril del presente año, se evidenció que no se genera información a través de *Instagram* solo de la red social *Facebook*, este medio de comunicación ha sido efectiva la información que se imparte a los vecinos, se monitorea el contenido que se genera a la comunidad, así se destaca que se le da seguimiento a los comentarios de los contenidos que se publican en *Facebook*.

Lo que se informa en las redes sociales de la alcaldía genera impacto en los vecinos, no publican información de los programas de cultura y arte de la Facultad de las Artes. El Arquitecto Valdez manifestó que “se publican los artes de actividades de la Alcaldía zona cuatro y artes que mandan de la Municipalidad de Mixco central” (H. Valdez, comunicación personal, 14 de abril de 2021).

Entrevista tres:

La entrevista realizada a la Licenciada en Administración Educativa, Yenifer Alejandra Chunchun Mayen, Directora del Centro Educativo Mixco CEM, se realizó el 16 de abril del presente año, la Directora del establecimiento manifestó que sí conoce la Facultad de las Artes, pero la misión y visión no; con respecto a las actividades que realiza la facultad sí tiene conocimiento, al igual que la ubicación de la facultad; informan a los estudiantes que estén interesados en recibir los cursos que se imparte en la facultad, así mismo hay estudiantes egresados de la facultad.

El personal docente tiene conocimiento de la facultad. Debido a la crisis derivada de la pandemia por el COVID-19, los estudiantes del CEM reciben las clases de modo virtual por medio de *Google meet*, los estudiantes que no tiene acceso a *internet* se les proporciona las guías y entregan las tareas en forma presencial en el instituto, el establecimiento cuenta con soporte técnico para dar las clases en línea, es financiado por la Municipalidad de Mixco.



Las entrevistas realizadas dieron a conocer que existen deficiencias en los canales de comunicación en la interacción con el público externo con la Facultad de las Artes y que no se tiene un encargado directo de comunicación en la institución, lo que representa problemas para alcanzar los objetivos organizacionales.

1.16.4 Grupos focales

Malpica expresa que “las técnicas grupales como herramientas aplicables a los grupos, son efectivas en la medida que se emplean con cautela y se adquieren los conocimientos necesarios para su implementación” (2018, p. 25)

La técnica de grupos focales no se necesitó en esta investigación, por la crisis derivada de la pandemia del COVID-19, se utilizó el enfoque mixto, las técnicas de recopilación: encuesta y entrevista.

1.16.5 Encuestas

Font y Pasadas expresan que “la encuesta es una técnica que sirve para obtener información de manera sistemática acerca de una población determinada, a partir de las respuestas que proporciona una pequeña parte de los individuos que forman parte de la población” (2016, p. 14).

Los cuestionarios fueron aplicados a 169 estudiantes del Centro Educativo Mixco CEM, con el objetivo de conocer la percepción que tienen los alumnos de zona cuatro de Mixco, sobre la Facultad de las Artes y los programas que imparten.

Asimismo, las encuestas detectan que a los estudiantes les gusta el arte, les interesa ejecutar un instrumento y les gustaría estudiar en la Facultad de las Artes, en las encuestas contestadas por los



estudiantes se evidenció que el 71% no conoce la Facultad de las Artes, de igual manera destacaron no reconocer su misión, visión y valores, existe incongruencia en las respuestas que afirman que sí conocen lo antes descrito, siendo que la facultad no tiene misión, visión y valores que componen la identidad de la institución. La muestra permite evidenciar la percepción con el público objetivo, en la entrevista se detectó que no hay canales de comunicación establecidos para dar a conocer los programas que se imparten.

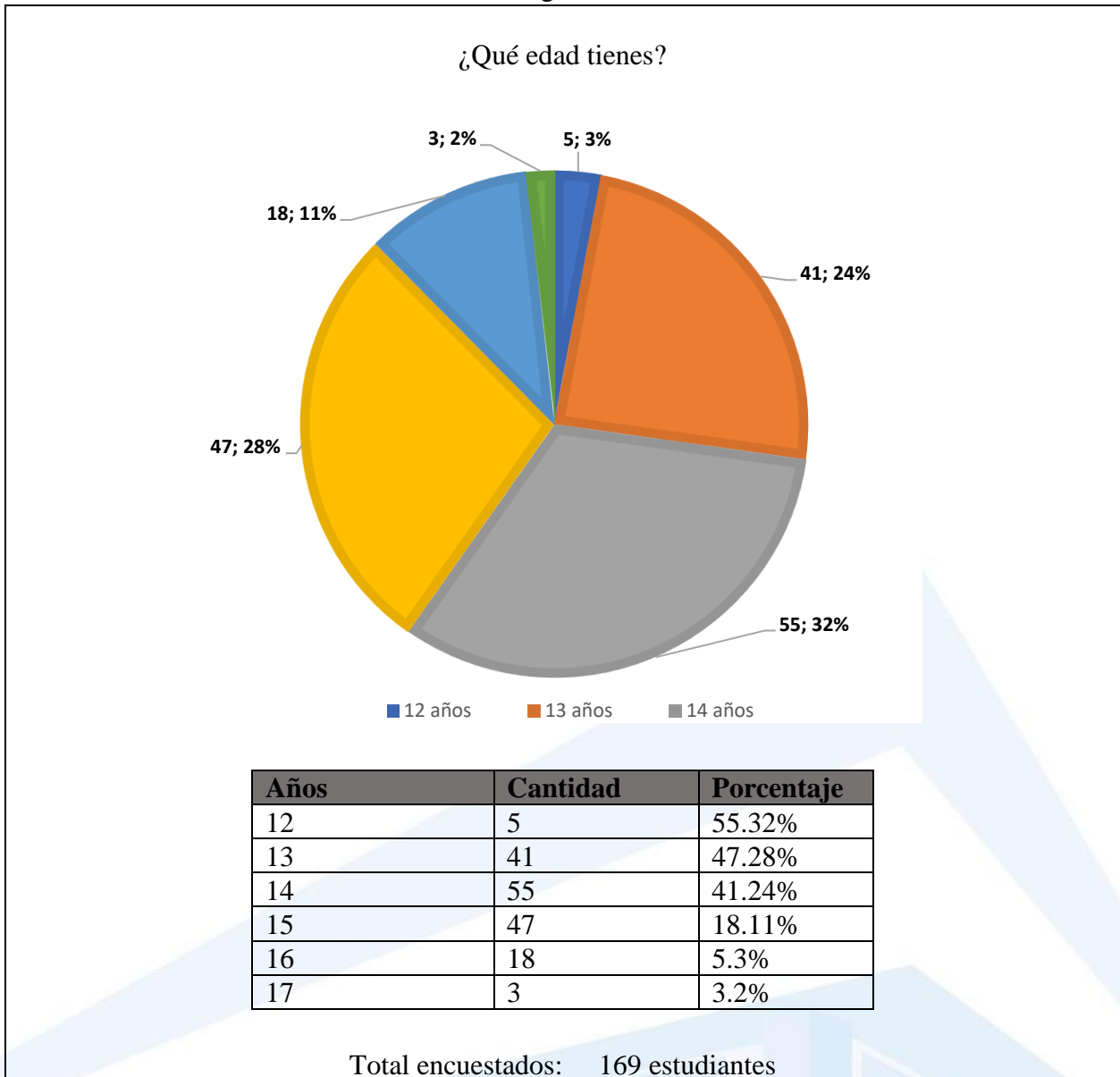
Para esta encuesta se utilizó la fórmula del universo finito donde (N) es el total de la población (en este caso sería 300), (Z) el nivel de confianza que es del 1.96 al cuadrado, para brindar una seguridad del 95%, (p) porcentaje de la población, (q) el porcentaje de la población que no tiene el atributo deseado, y en este caso como no se posee el atributo de la población indicada se asume el 50% para (p) y 50% para (q), comunicación es el error de estimación en este caso del 5%, (n) el tamaño de la muestra.

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



1.17. Interpretación de los resultados

Figura 3

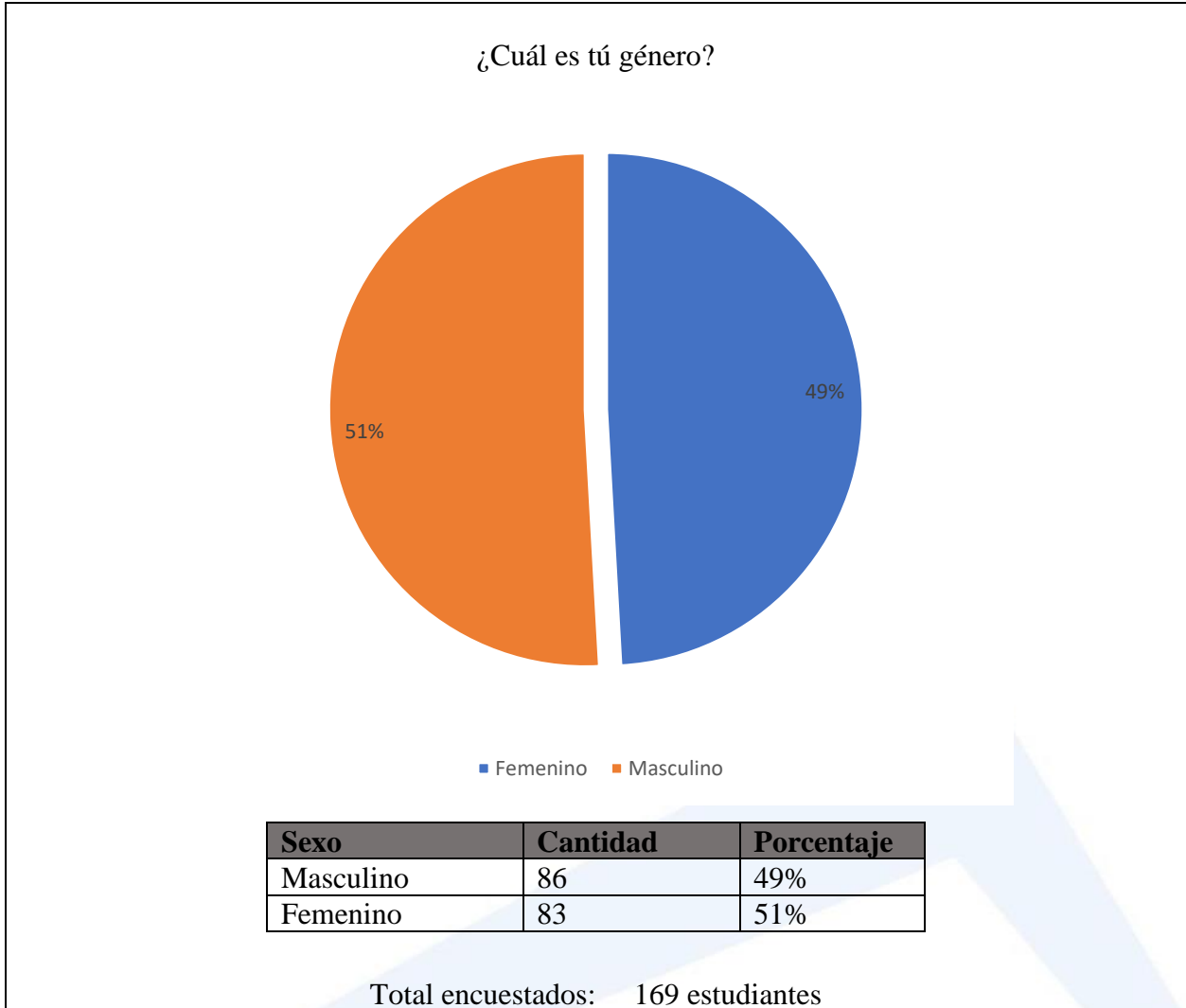


Fuente: Elaboración propia.

Respondieron 169 estudiantes. Se evidencia que la mayoría de encuestados están entre 13 y 15 años.



Figura 4

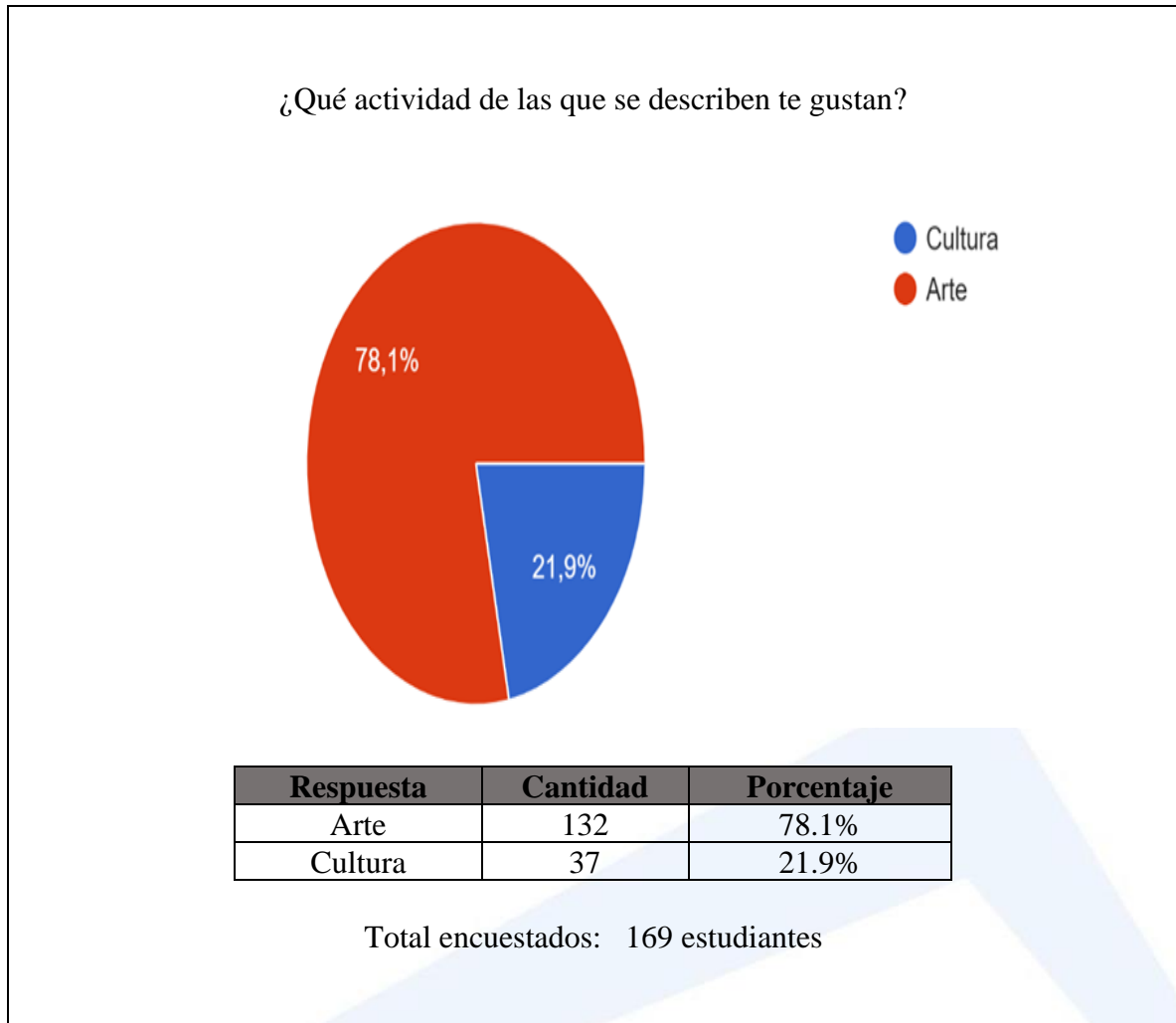


Fuente: Elaboración propia.

Respondieron 86 hombres y 76 mujeres. Se evidencia que no existe una brecha tan significativa en ambos sexos.



Figura 5

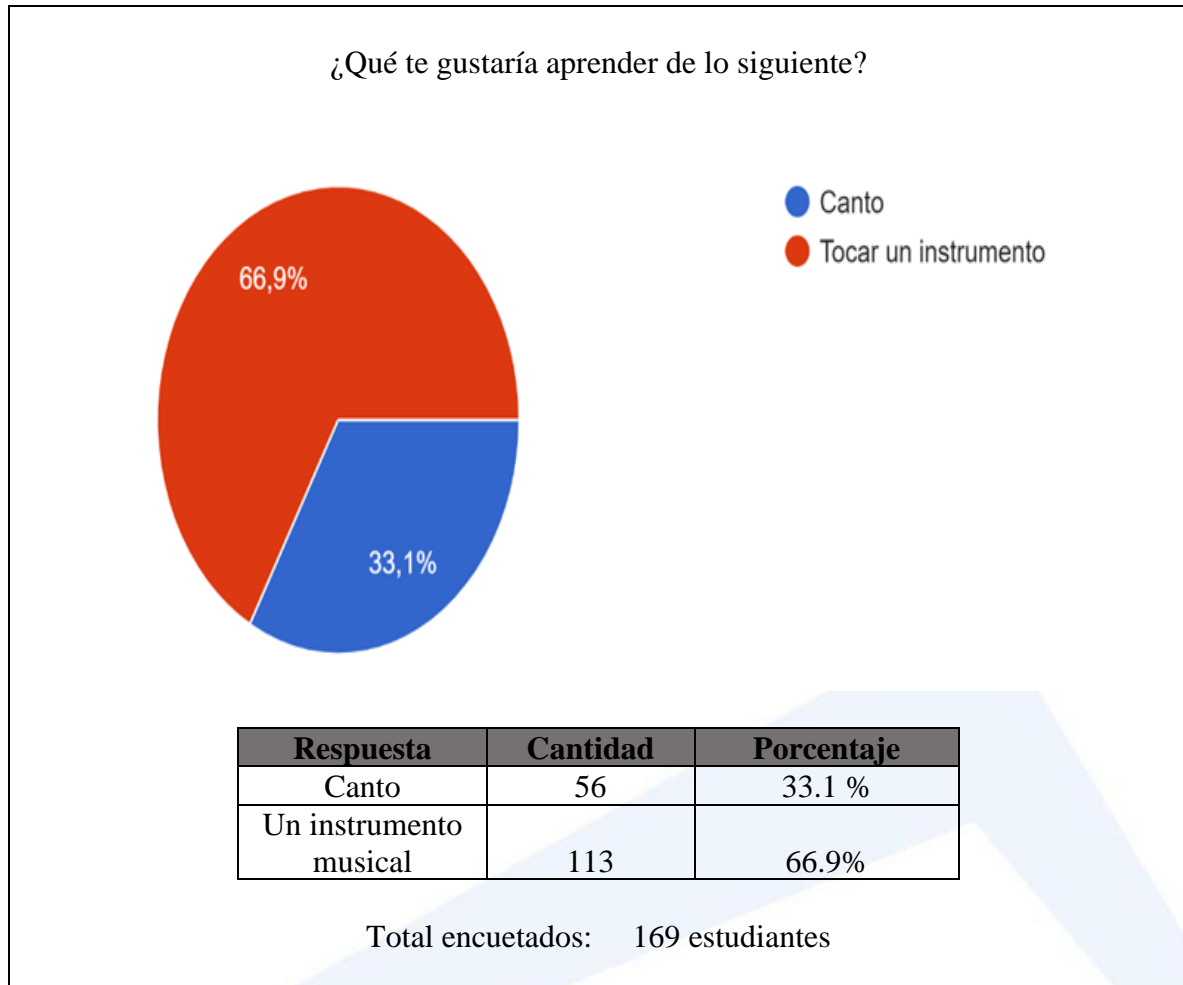


Fuente: Elaboración propia.

De los 169 encuestados 132 estudiantes manifiestan que: les gusta el arte. Mientras que 37 indican que les gusta la cultura. Por lo que es evidente el gusto de la cultura está manifestado por el 78.1% de la población muestra, a la que respondieron 67 mujeres y 65 hombres.



Figura 6

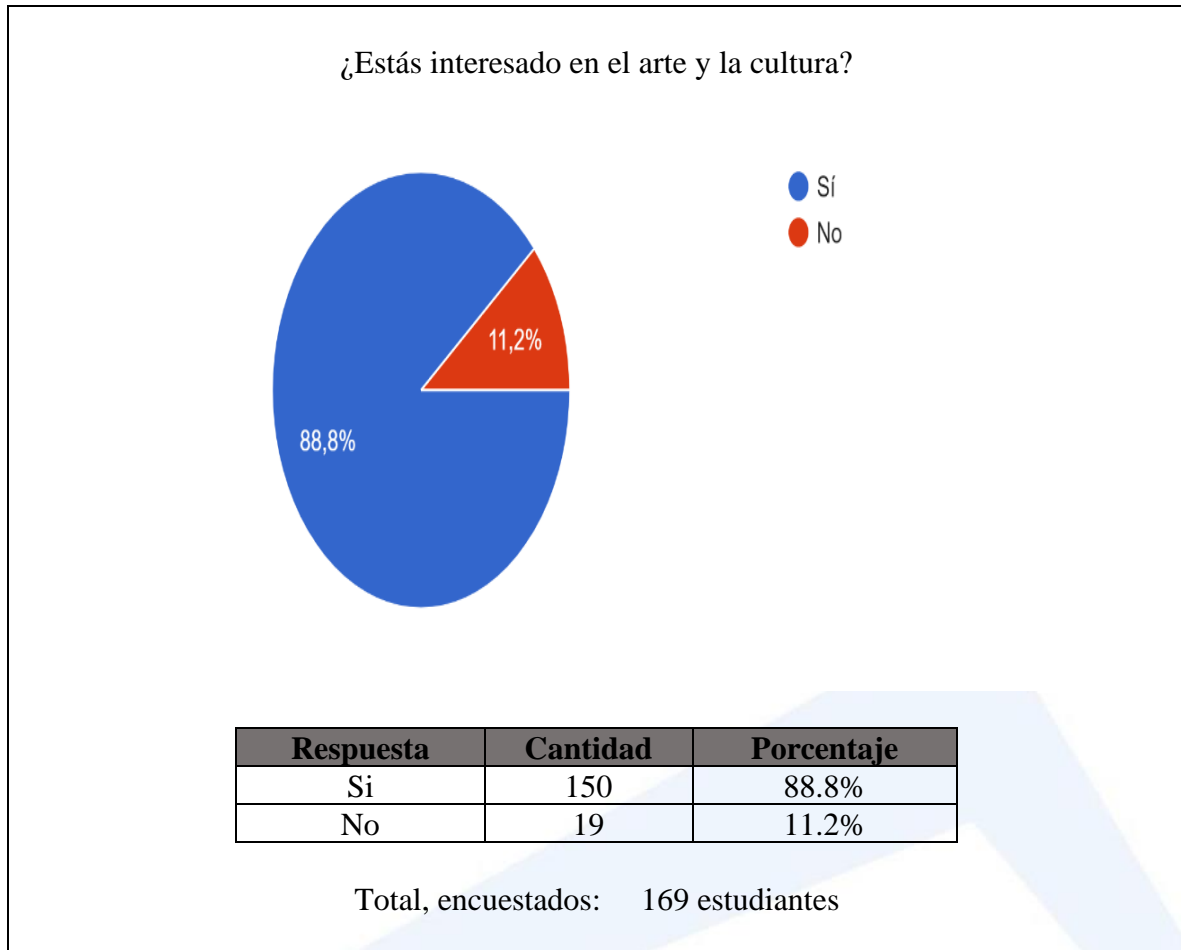


Fuente: Elaboración propia.

Los 113 estudiantes manifiestan que: prefieren ejecutar un instrumento músical. Mientras que 56 el canto. Por lo que es evidente la preferencia de los jóvenes reflejada en el 66.9% del gusto por ejecutar un instrumento, a la que respondieron 49 mujeres y 64 hombres.



Figura 7

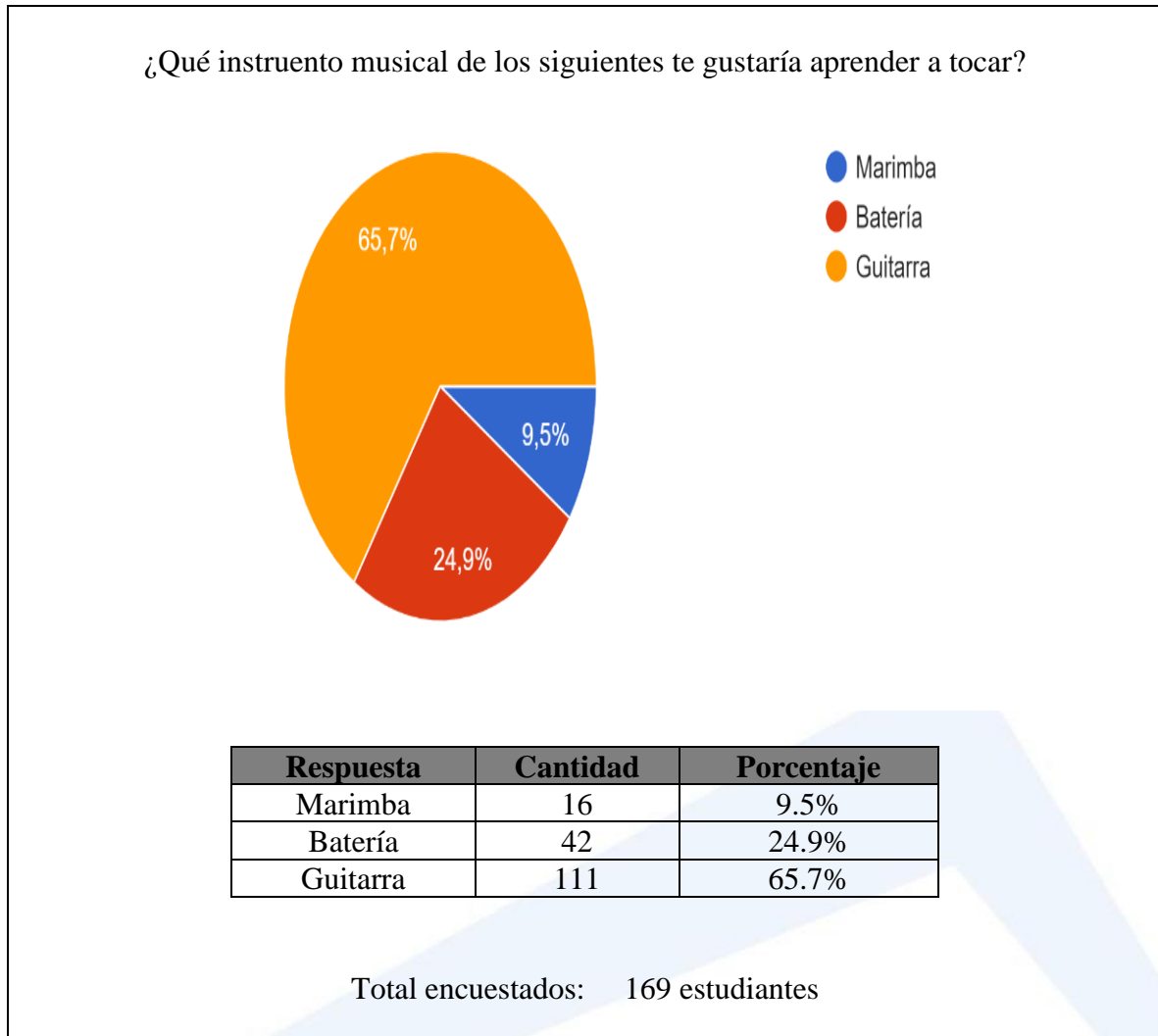


Fuente: Elaboración propia.

De los estudiantes encuestados 150 manifiestan que si les interesa el arte y la cultura. Mientras que 19 indican que no están interesados. Por lo que es evidente que existe preferencia en la mayoría de los encuestados, se refleja que el 88.8% gustan del arte y la cultura, a la que respondieron 76 mujeres y 74 hombres.



Figura 8

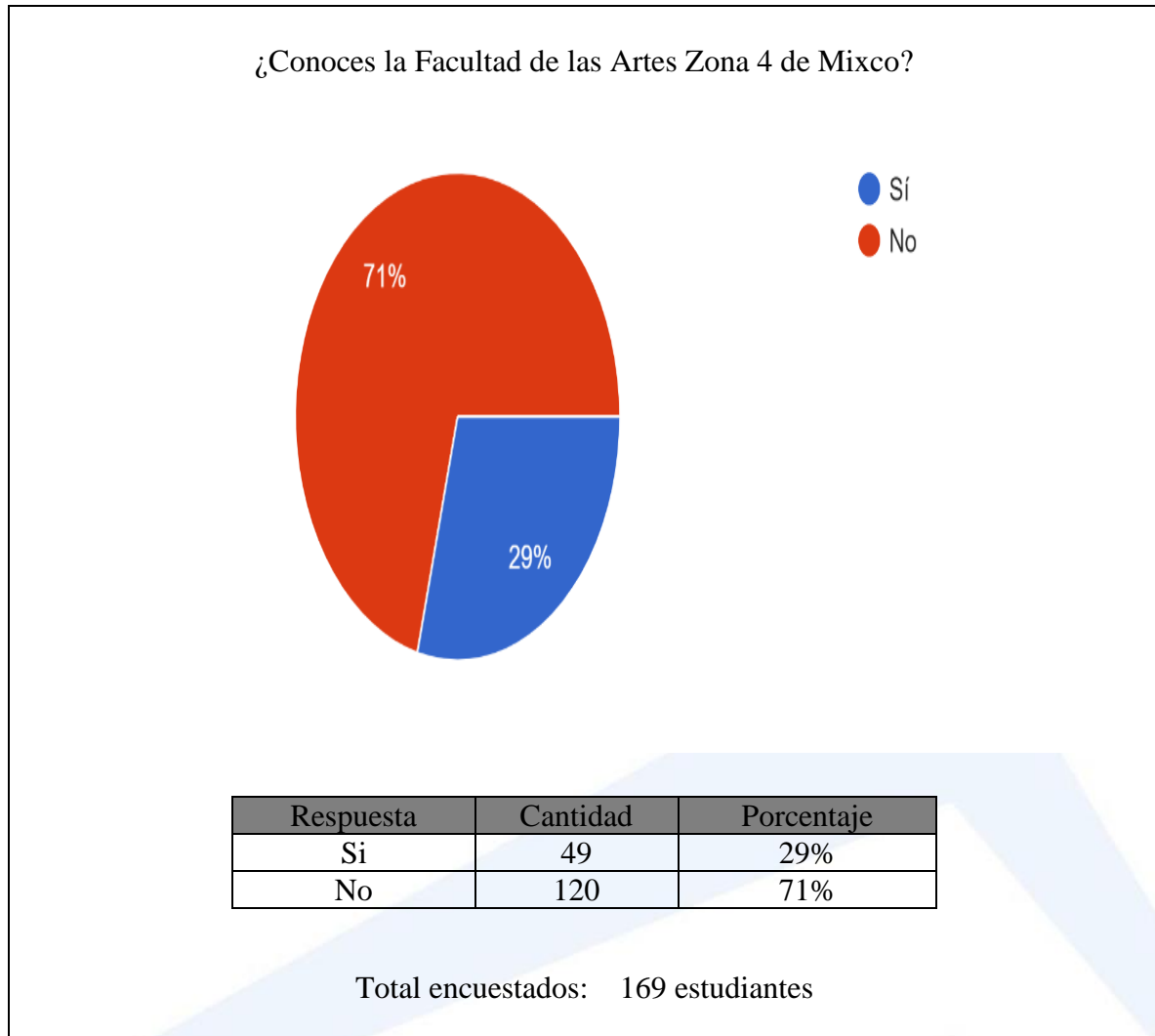


Fuente: Elaboración propia.

De los estudiantes encuestados 111 manifiestan que les gustaría aprender a ejecutar la guitarra, así mismo 42 la batería y 16 la marimba. Por lo tanto, el resultado de la estadística refleja la inclinación por aprender a ejecutar guitarra, con un porcentaje de 65.7% de los encuestados, a la que respondieron 58 mujeres y 53 hombres.



Figura 9

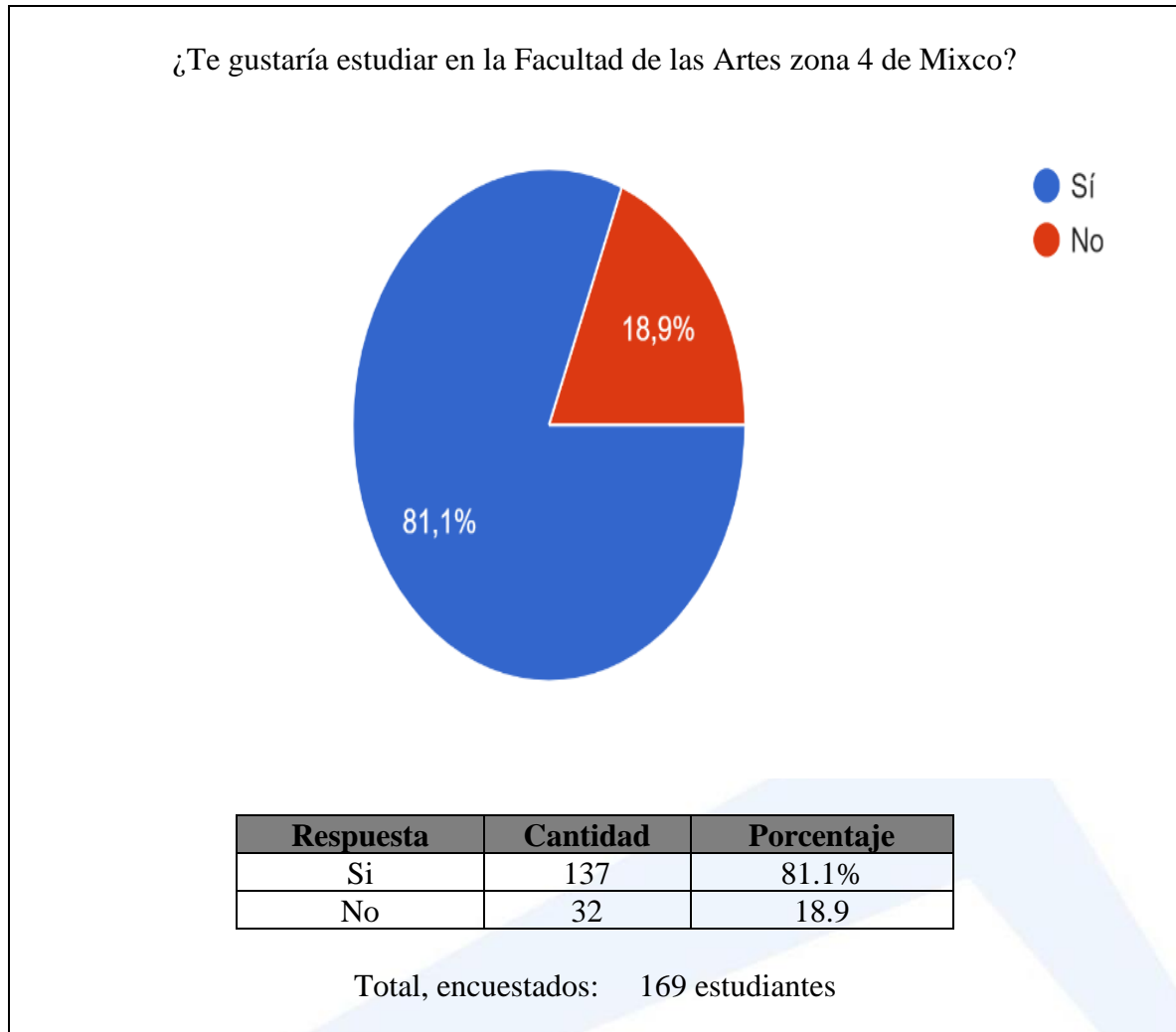


Fuente: Elaboración propia.

De los estudiantes encuestados 120 manifestaron que no conocen la Facultad de las Artes, mientras que 49 respondieron que sí la identifican. Por lo que se evidencia que la población encuestada afirma no conocer la Facultad de las Artes, con un porcentaje mayor de 71%, a la que respondieron 56 mujeres y 64 hombres. Crear canales de comunicación con los públicos para que sea reconocida.



Figura 10

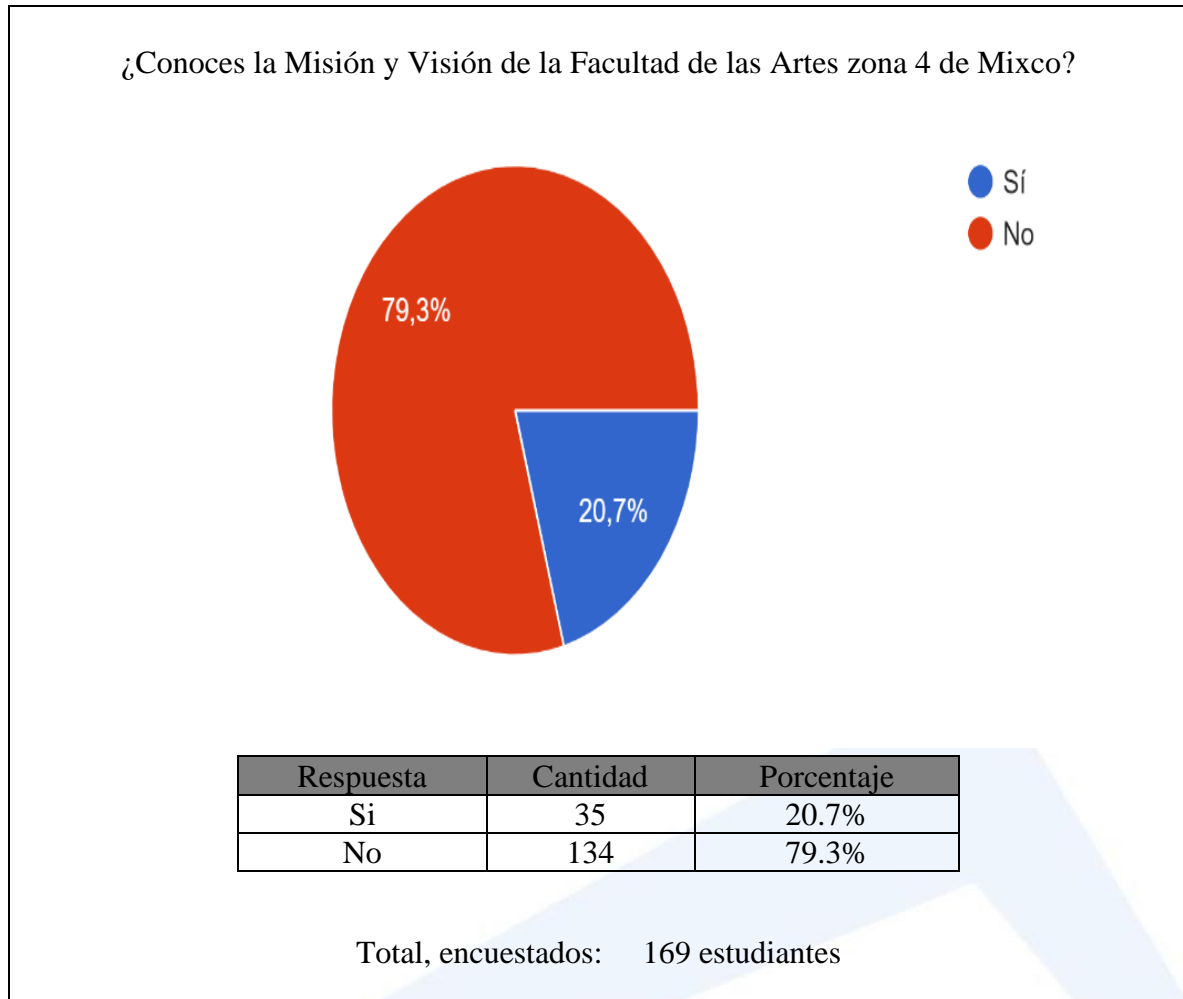


Fuente: Elaboración propia.

De 137 estudiante encuestados manifestaron que sí les gustaría estudiar en la Facultad de las Artes, y 32 respondieron que no. Por lo que se evidencia el interés de la población encuestada de estudiar en la Facultad de las Artes, con un porcentaje mayor del 81.1%, a la que respondieron 70 mujeres y 67 hombres.



Figura 11

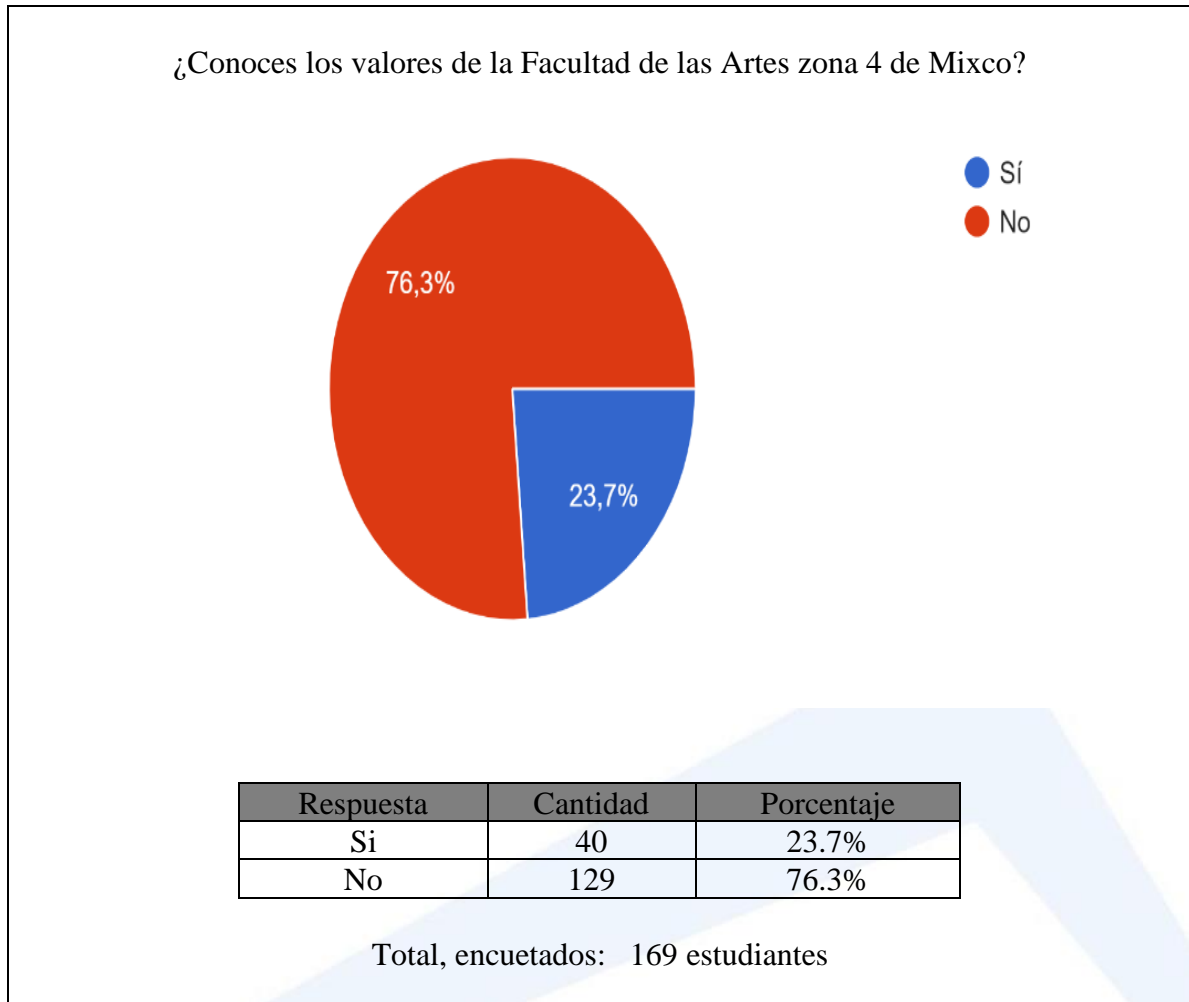


Fuente: Elaboración propia.

Se evidenció que 134 estudiantes no conocen la Misión y Visión de la Facultad de las Artes, mientras que 35 manifestaron conocerla. Por lo que es cierto que el 79.3% respondieron 66 mujeres y 68 hombres, reflejó el desconocimiento de lo que se les preguntó y el 20.7% respondieron 17 mujeres y 18 hombres la conocen, con dicho resultado se denota que no están bien informados, debido que la facultad de las artes no cuenta con Misión y Visión.



Figura 12

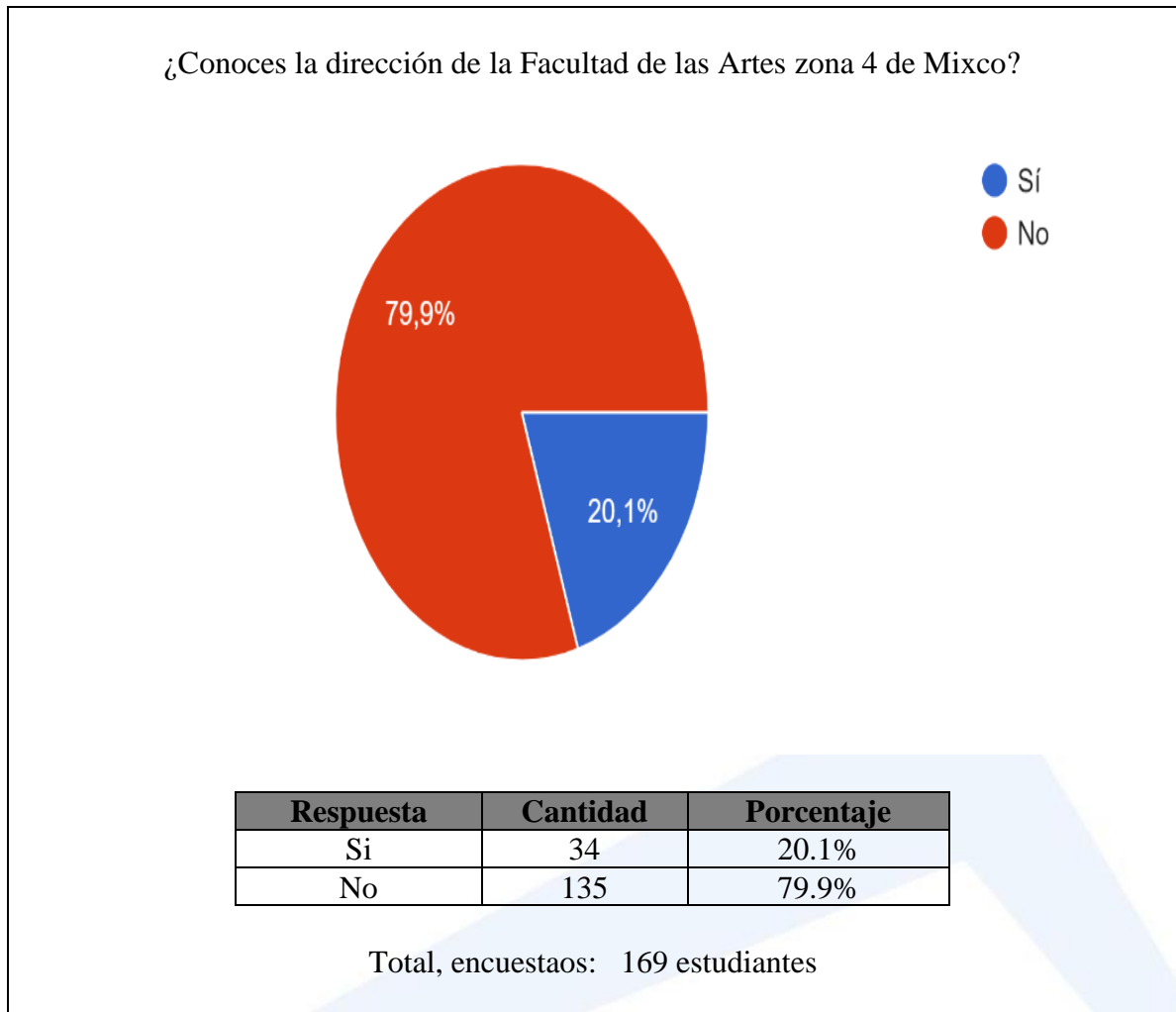


Fuente: Elaboración propia.

De 129 estudiantes encuestados manifiestan no saber los valores de la Facultad de las Artes, así mismo respondieron 40 estudiantes no saber los valores. Por lo que es evidente que el 76.3% respondieron 65 mujeres y 67 hombre desconocen los valores de la facultad, el 23.7% respondieron 21 mujeres y 19 hombres la conocen, dicho resultado se denota que no están informados, debido a que la Facultad de las Artes no cuenta con valores.



Figura 13

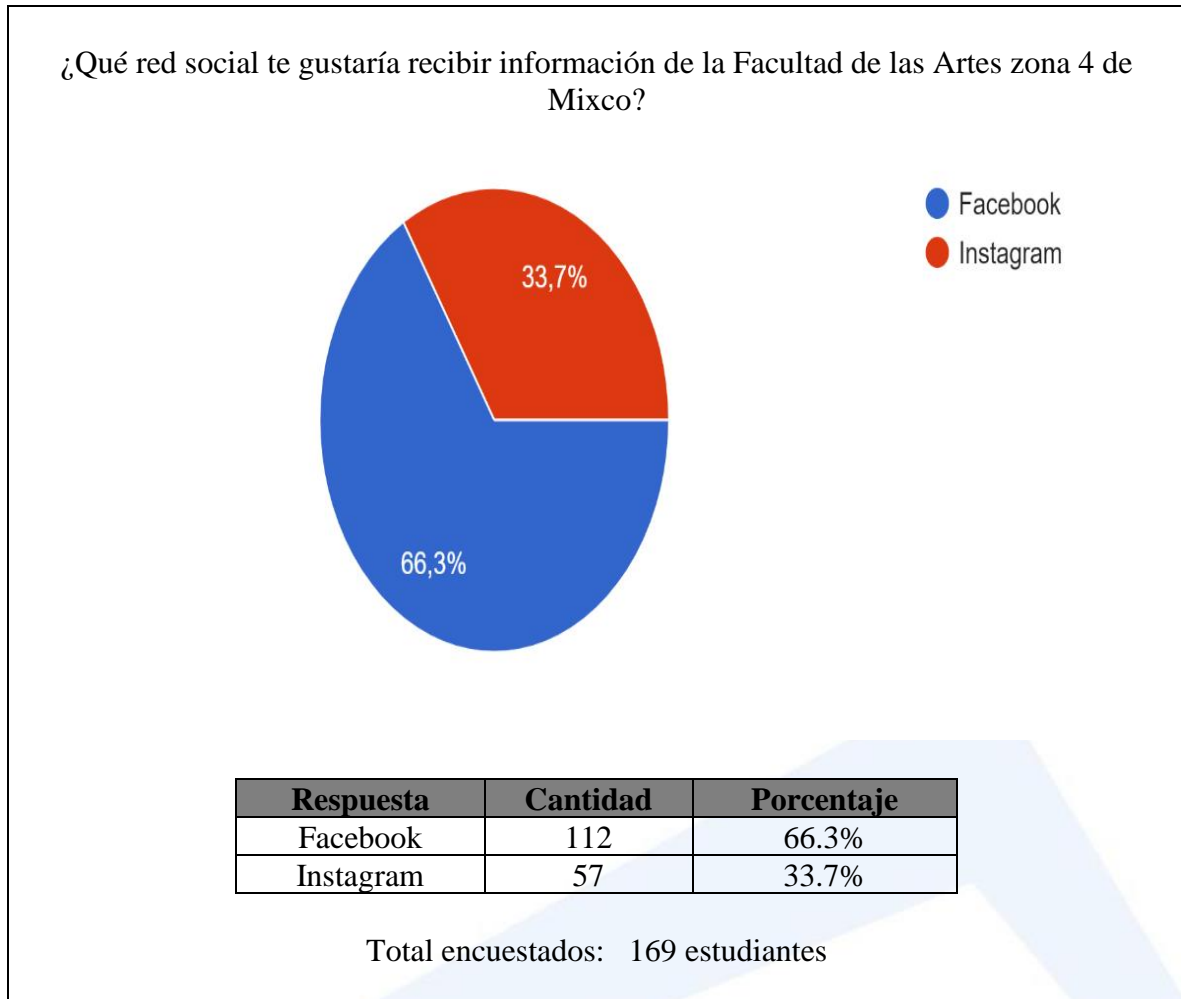


Fuente: Elaboración propia.

De los estudiantes encuestados 135 manifestaron conocer la dirección de la Facultad de las Artes. Mientras que 34 indicaron que no. Por lo que es evidente que no hay canales de comunicación establecidos que informen la dirección, reflejan el 79.9% desconocer la ubicación de la facultad, a la que respondieron 67 mujeres y 68 hombres.



Figura 14

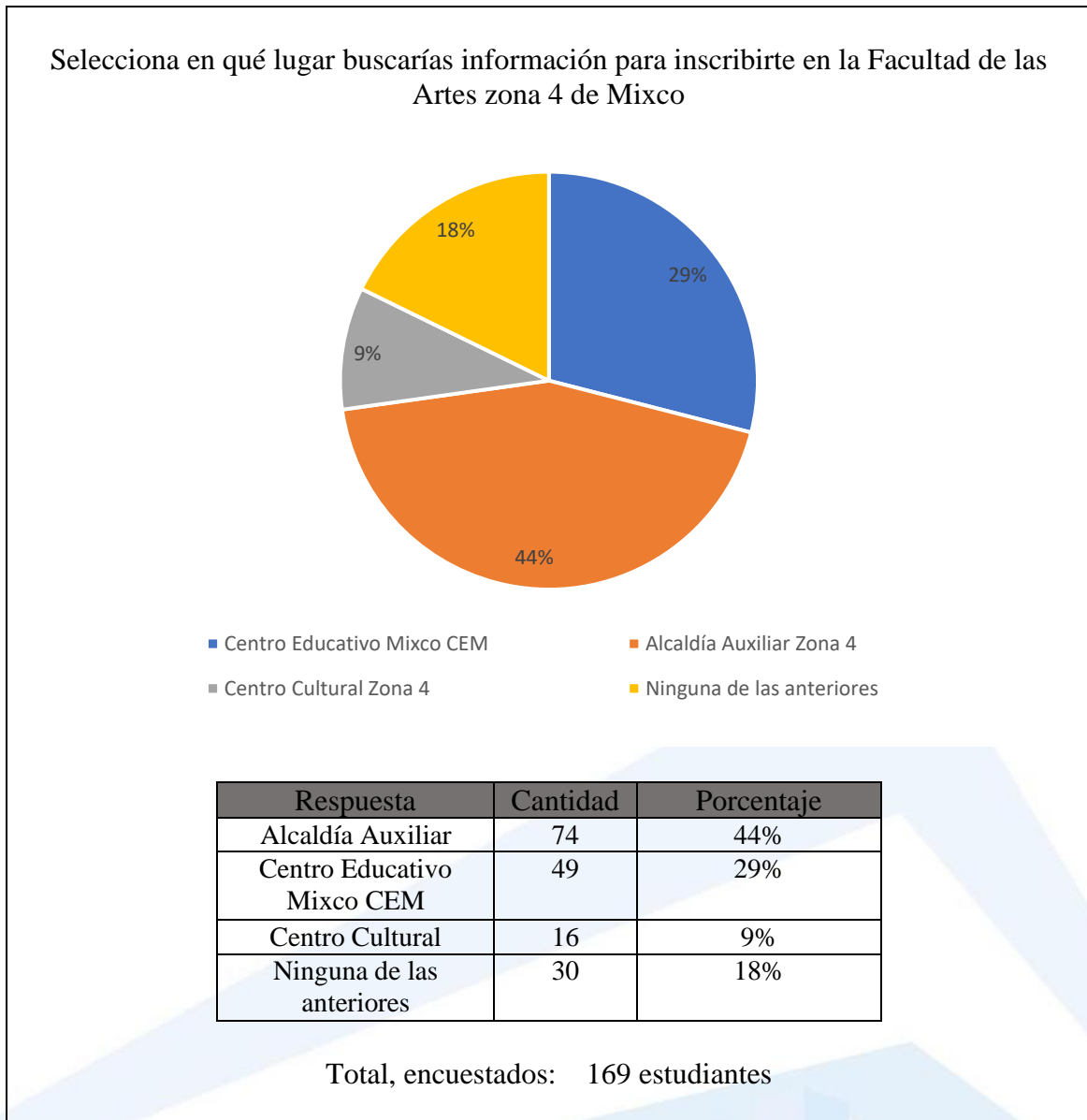


Fuente: Elaboración propia.

De los estudiantes encuestados 112 manifiesta que les gustaría recibir información de la Facultad de las Artes por *Facebook*. Mientras que 57 prefieren recibir información de *Instagram*. Por lo que se evidencia que prefieren que se transmita información por la red social *Facebook* el 66.3% de los encuestados, a la que respondieron 47 mujeres y 65 hombres.



Figura 15



Fuente: Elaboración propia.

De los estudiantes encuestados 74 manifiesta que buscan información en la Alcaldía Auxiliar. Mientras que 49 en el Centro Educativo CEM, 16 en el centro cultural, mientras que el 30 no seleccionaron ninguno de los anteriores. Por lo que es evidente que el 44% busca información en la Alcaldía Auxiliar zona cuatro, a la que respondieron 37 mujeres y 37 hombres.



1.18. FODA

El FODA es una herramienta de diagnóstico y planificación útil para describir la posición en que se encuentra actualmente la organización, para generar estrategias en función de la problemática comunicacional específica, que incluye su posición en el contexto del estado interno, así definir y plantear el rol y acción en función de lo descrito. El FODA es una matriz que analiza y permite al investigador diagnosticar la situación estratégica en la que se encuentra la institución, con el fin de desarrollar con éxito el proyecto. FODA, DOFA o DAFO son un acrónimo de las palabras fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas (FODA, 2019).

El FODA brinda una radiografía de la información referente a la situación de la organización, así mismo permite diseñar estrategias de acuerdo con la información obtenida de las características internas y del estudio. “Lo más importante del análisis FODA es avanzar sobre la generación de trayectos, vinculando nuestras fortalezas, con las oportunidades, considerando las amenazas y buscando la manera de contener nuestras debilidades” (Enz, Valeria y Spagnuolo 2012, p.100).

La técnica FODA permite el análisis de problemas que se enfoca en las fortalezas y debilidades de una institución, relacionadas con sus oportunidades y amenazas en el mercado. Las fortalezas y debilidades se refieren a la organización y sus productos, mientras que las oportunidades y amenazas por lo general, se consideran como factores externos sobre las cuales la propia organización no tiene control. Luego es posible tratar de explotar las fortalezas, superar las debilidades, aprovechar oportunidades y defenderse contra las amenazas. Al concluir con el esquema del FODA, se verá con claridad los principales aspectos que se relevan, así proponer estrategias.



FODA

Facultad de las Artes zona cuatro de Mixco, Municipalidad de Mixco.

Tabla 2

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ol style="list-style-type: none"> 1. Apoyo financiero de la Municipalidad de Mixco. 2. Instalaciones propias. 3. Personal calificado para impartir los cursos. 4. Buen clima laboral entre jefes y empleados. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ser un programa que busca contribuir a mejorar la calidad de vida y bienestar de los jóvenes que desean desarrollar sus habilidades artísticas. 2. Crear mejores oportunidades para el desarrollo intelectual, así enriquecer y transformar el ambiente, con los vecinos con la identidad visual que le permita ser reconocida por sus públicos internos y externos. 3. Establecer canales de comunicación para interactuar con sus públicos externos.
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ol style="list-style-type: none"> 1. No tiene Misión. 2. No tiene Visión. 3. No tiene valores. 4. Lo anterior está regido por la Municipalidad de Mixco. 5. No cuenta con redes sociales como <i>Instagram, Facebook</i>. 6. No tiene imagen corporativa. 7. No cuenta con apoyo de Comunicación Social de la Municipalidad de Mixco. 8. No tienen destinado presupuesto para el área de comunicación. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Falta de canales de comunicación externa que precisa con los públicos. 2. No tiene definida la identidad corporativa. 3. No hay canales de comunicación establecidos que transmitan información para dar a conocer el potencial y los beneficiados de los programas que se imparten.

Fuente: elaboración propia.



1.19. Problemas Detectados

Se realizó el presente diagnóstico mediante el método de recopilación de datos, encuestas y entrevistas, información que amplió el conocimiento sobre la Facultad de las Artes de la Alcaldía Auxiliar zona cuatro, de la Municipalidad de Mixco; se destaca la falta de comunicación externa que limita el reconocimiento con sus públicos beneficiados del programa, son pocos los que la conocen, ya que no cuenta con identidad corporativa, elemento fundamental para la comunicación institucional.

La enseñanza se rige de modo virtual, pero indican las autoridades encargadas que se retomó la modalidad híbrida a partir del mes de abril del presente año, así mismo no cuenta con medios que generan información como *Instagram* y *Facebook*. La limitante que tiene la facultad es no tener apoyo en la página de *Facebook* que maneja la Alcaldía Auxiliar zona cuatro, que generen información que destaque sobre los programas de la Facultad y los logros que realiza, no tiene destinado presupuesto para el área de comunicación.

1.20. Planteamiento del problema comunicacional

¿Cuál es la razón principal que no sea reconocida la Facultad de las Artes por los públicos externos?
Respuesta hipotética: Se evidenció que el desconocimiento de la Facultad de las Artes es a causa de no tener identidad corporativa o identidad visual, para darse a conocer con los públicos externos.

1.21. Indicadores de éxito

Para desarrollar el Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura, se destaca el apoyo y disposición de las autoridades, su tiempo, instalaciones, el recurso humano, recurso tecnológico, etc., se evidencia lo limitado en los recursos financieros para comunicación, la Municipalidad de



Mixco se encarga del desarrollo de los proyectos, que llevan procesos de gestión para ser aprobados.

De parte de la estudiante de EPS se da el aporte de instrumentos de comunicación a la institución. Se recomienda que para promover programas que beneficien a la comunidad es necesario tener recursos económicos, así mismo el éxito de una buena comunicación, es mediante el departamento o unidad de comunicación que lleven a cabo estrategias y técnicas que conlleven de los medios y recursos adecuados a la institución.

1.22. Proyecto a desarrollar

Plan de comunicación externa de la Facultad de las Artes zona cuatro de la Municipalidad de Mixco.



Capítulo 2

Plan estratégico de comunicación

2.1 Plan estratégico de comunicación:

Al redactar un plan de comunicación se prepara el documento que recoge la gestión de la comunicación entre una organización y sus públicos. El plan de comunicación puede realizarse de forma general, atiende a todos los públicos de la organización o para una meta concreta. Debe ir acorde con los valores de la organización y ajustarse a los objetivos que quieren alcanzarse (Estanyol, García y Lalueza, 2016).

Para implementar una estrategia de comunicación satisfactoria es importante crear un plan de comunicación que varía de manera considerable según sea el concepto de comunicación a utilizar. Puede encontrarse los primeros modelos en los partidarios de un enfoque en relación con la comunicación, la comunicación funciona como una emisión de informaciones entre dos interlocutores emisor y receptor. Un plan cuidadosamente elaborado y estructurado constituye la base indispensable de toda comunicación eficaz (Libaert, 2008).

El proceso por el cual se involucra a toda la organización determinar los objetivos, las metas y los planes de acción que llevarán al alcance de los objetivos estratégicos, la planeación estratégica de la comunicación es un proceso que conlleva el estudio del entorno, de los objetivos de comunicación, lo que concierne a los procesos, canales, tácticas y acciones operativas necesarias y los recursos que son afines para así cumplir con los objetivos y los mecanismos e indicadores que medirán y controlarán la gestión y el impacto de la comunicación (Aljure, 2015).



2.1.1 Imagen corporativa

- a. Que el logotipo sea reconocido para la identidad visual de la Facultad de las Artes, así representar e identificar a la institución con los públicos externos.
- b. Boletines y afiches.

2.1.2 Comunicación externa

- a. La creación de la página de *Facebook* para promover los programas de la Facultad de las Artes.
- b. Rotular el edificio que alberga la Facultad de las Artes para que sea reconocido por su público externo.

2.1.3 Comunicación interna

- a. Implementar una cartelera informativa, para actualizar a los visitantes sobre actividades, eventos.

2.2. Misión

Los valores y principios que administra con transparencia los recursos y los transforma en beneficios para la población mixqueña, se constituyen con programas como la Facultad de las Artes a la comunidad, así contribuir con la creación de la página de *Facebook*, para publicar en dicha plataforma digital acciones que realiza la Facultad de las Artes.



2.3. Visión

La Municipalidad brinda servicios públicos eficientes para garantizar el desarrollo integral sostenible que permita una mejora de la calidad de vida y un bienestar integral a la población mixqueña; así mismo que la Facultad de las Artes sea reconocida visualmente por sus públicos y tener población estudiantil que se interese por estudiar y aprender los cursos que imparte la Facultad.

2.4. Elementos comunicacionales:

2.4.1 Comunicación interna

Cuenca y Verazzi expresa que “la función de la comunicación interna, en cuanto a su ubicación en la estructura funcional, se encuentra todavía en una situación un poco indefinida a pesar a que aspira a convertirse en una unidad con peso propio dentro de la estructura” (2018, p.43). La comunicación interna no es solo el patrimonio de especialistas, sino que concierne a todos los integrantes de la empresa.

En cuanto a las funciones del responsable de comunicación interna, el total de los empleados se deben guiar para que siempre sepan cómo encontrar información, Cuenca y Verazzi expresa que “de confianza y validada, para que se responsabilicen de los mensajes que ellos emiten o circulan y, sobre todo, para que incorporen la importancia de transmitir sus ideas y puntos de vista de ‘abajo arriba’” (2018, p. 47).



2.4.2 Comunicación organizacional

Brandolini, González y Hopkins expresan que “los procesos comunicacionales son los que sostienen a las organizaciones como una red intrincada de relaciones, donde intervienen diferentes actores” (2009, p. 11). Dentro de una organización se alcanzan a identificar dos tipos de formas de comunicación según a quién esté destinada, en cada caso, la comunicación externa y la comunicación interna.

2.4.3 Cultura, identidad e imagen corporativa

La identidad corporativa es el ser de la empresa no tiene genes, pero sí se dispone de otros atributos igualmente identificadores. Brandolini, González y Hopkins expresan que “esta organización construida mediante promesas mutuas y compromisos crea una identidad que trasciende a las personas y se crea a sí misma mediante la comunicación” (2009, p. 15). Al definir la identidad de una organización hay que proyectarla para inducir en sus públicos una imagen positiva.

La identidad es la suma de las características particulares que reúne una institución o empresa y que la diferencian de otras. En relación de cómo se debe interpretar y de enfrentar las diferentes situaciones que se presentan a diario en el ámbito de la institución. La identidad se manifiesta a través de la cultura organizacional, la misión, visión y valores que promueve y los comportamientos que la caracteriza. La cultura organizacional es el quehacer cotidiano de todos sus integrantes, entre más fuerte y sólida será su identidad (Brandolini, González y Hopkins, 2009).

La imagen que se generan en el público la institución o empresa muestra su identidad, que se forja dentro de la institución o empresa; así mismo la imagen, que se da a los públicos. Por tal razón hay muchas confusiones en cuanto al concepto de ‘imagen’ relacionado con la institución.



La imagen no se constituye simplemente de elementos visuales, sino que constituyen parte de un conjunto de significantes que conforman la imagen corporativa, representación mental de una organización que tiene la capacidad de condicionar y determinar las actitudes del entorno social con la institución. (Brandolini, González y Hopkins, 2009).

2.4.4 Comunicación externa

Brandolini, González y Hopkins expresan que “la comunicación externa es la que está dirigida al público externo de la organización, es decir, a todos aquellos con los que la organización tiene algún tipo de vínculo, sin formar parte éstos de la compañía” (2009, p.11).

2.4.5 Facebook

Es una plataforma que se encuentra estructurada de una ventana de inicio en la que se hallan noticias y publicaciones de los contactos, amigos más recientes que los usuarios agregan a la red, en la parte superior se encuentra el logotipo de *Facebook*, así mismo tres iconos que llevan su nombre: solicitud de amistad, mensajes, foto de perfil, perfil personal del usuario, noticias, menajes, eventos, amigos, ¿qué estás pensando?, botón me gusta, grupos, *chat*, toque, muro y fotos (Ortiz, 2012).

Gálvez expresa que “la presencia de *Facebook* es una experiencia única para el usuario, por su diseño, utilidad, pertenencia a la comunicada; pero, sobre todo, por el valor añadido que aporta a la creatividad, la riqueza del contenido, la interacción y la autoexpresión” (2015, p. 45). *Facebook*, presenta al usuario; creatividad, contenido, interacción, y autoexpresión.



2.4.6 Elementos de la comunicación

Según David Berlo, la comunicación son los elementos que intervienen en el proceso de envío y recepción de un mensaje, es un proceso en el que existe una fuente que crea un mensaje que desea transmitir, lo que codifica y luego es enviado a través de un canal, a fin de que el receptor decodifique el mensaje para poder recibirlo (2020).

Los elementos de comunicación según Berlo son: emisor: es el creador del mensaje; receptor: es quien decodifica el mensaje; código: es el sistema conocido por la fuente y el receptor (como el lenguaje o los gestos); mensaje: es la traducción de ideas en un código simbólico; canal de comunicación: es el medio por el cual el mensaje es transmitido; ruido: habilidades comunicativas de las personas que ayudan al proceso de comunicación sea efectivo, siempre y cuando estas sean las adecuadas, sino presentarán problemas de comunicación como ruidos.

Figura 16



Fuente: <https://es.slideshare.net/freddy2504/trabajo-de-la-comunicación-power-point2>
Recuperado 10 de julio 2021.

Los emisores en la institución se detectaron que son las autoridades de la Alcaldía Auxiliar zona cuatro, que está representado por su alcalde auxiliar quien se encarga de dirigir los mensajes a los receptores que son los empleados y a su vez sus públicos que son los vecinos de zona cuatro, el



canal con que se identifica la alcaldía auxiliar únicamente es la página de *Facebook* donde interactúan con sus públicos sobre las actividades que realiza la alcaldía.

Así mismo en la comunicación se detectaron ruidos en la Facultad de las Artes ya que no cuentan con una cartelera informativa para dar a conocer sus actividades, ni un canal para interactuar con sus públicos, la sede de la facultad no tiene rotulo que la identifique, a su vez la imagen corporativa no está reconocida con sus públicos. En este sentido se evidencia la falta de comunicación con la Alcaldía Auxiliar ya que no reciben apoyo con su canal de *Facebook* para dar a conocer los programas de la Facultad de las Artes.

Por lo que únicamente el canal por el cual los programas que desarrolla la Facultad de las Artes, es mediante el Centro Educativo Mixco CEM, los canales de comunicación que maneja que son *WhatsApp*, correo institucional, *Google Meet*, así llegan los mensajes a los receptores que son los jóvenes estudiantes de la Facultad de las Artes.

2.5. Alcances y límites de la estrategia:

Alcances

- a. Que se integren más estudiantes a la Facultad de las Artes.
- b. Que reconozcan la página de *Facebook* de la Facultad de las Artes, los estudiantes y la comunidad.
- c. Disponibilidad del espacio para trabajar el Ejercicio Profesional Supervisado EPS.

Limitaciones:

- a. La pandemia COVID-19 limita realizar actividades presenciales al aire libre con muchos espectadores.



- b. Para realizar el Ejercicio Profesional Supervisado (EPS), los recursos financieros de la institución son limitados para llevar a cabo las acciones que se recomiendan con base al diagnóstico.

2.6. Metodología para la aplicación de la estrategia comunicacional

Aljure expresa que “se obtiene el plan maestro que contiene las decisiones que sus líderes han adoptado, normalmente, para los próximos tres y cinco años. A este documento se le conoce como el plan estratégico de la organización”. (2015, p. 30). Al definir la planeación estratégica de la organización las etapas básicas del proceso de planeación son las siguientes:

- a. Análisis de la situación interna y externa.
- b. Diagnóstico: análisis FODA (debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas).
- c. Definir los objetivos de la organización según resultados de los pasos anteriores.
- d. Definición de los ejes de intervención y de las tácticas/actividades para cumplir los objetivos.
- e. Establecimiento de cronogramas, presupuesto y mecanismos indicadores de control.

Aljure expresa que:

Hablamos de una organización o de un proyecto: identificar en dónde se está, a dónde se quiere llegar a través de qué acciones, recursos y estándares se va a hacer, es en esencia lo que un proceso de planeación estratégica implica (2015, p. 33).

Cuando una organización realiza el proceso de planeación estratégica por primera vez, debe definir asimismo en primer plano su misión, visión y valores, constituye la decisión estratégica de largo plazo. Por consiguiente, se debe concretar, como es lógico, los objetivos estratégicos, los planes y las metas de mediano y corto plazo.



2.6.1 Objetivos de la Estrategia

2.6.1.1. Objetivo general

Mejorar la comunicación externa de la Facultad de las Artes zona cuatro de la Municipalidad de Mixco.

2.6.1.2 Objetivos específicos

- a. Establecer la identidad visual de la Facultad de las Artes para que sea reconocido por sus públicos externos.
- b. Crear canales digitales para la comunicación de la Facultad de las Artes, para dar a conocer información de interés de sus públicos.
- c. Realizar actividades para mostrar la presencia de la Facultad de las Artes con sus públicos externos.

2.6.2 Acciones para conseguir los objetivos

- a. Rotular el edificio que alberga la Facultad de las Artes, con el logotipo así ser visualizada con su público externo.
- b. Implementar cartelera informativa, para actualizar a los visitantes sobre actividades de la Facultad de las Artes.
- c. Crear un perfil de Facebook para la Facultad de las Artes, de la Alcaldía Auxiliar zona cuatro de Mixco, para interactuar con la comunidad.
- d. Realizar presentaciones de estudiantes o egresados la Facultad de las Artes, en la plaza del sabor del Paseo los Campeones, evento que promueve la Alcaldía Auxiliar los domingos.
- e. Identificar a los integrantes de la Facultad de las Artes para que sean reconocidos por sus públicos externos



- f. Realizar afiches para invitar a los vecinos a las prestaciones de estudiantes o egresados de la Facultad de las Artes.

2.6.3 Los indicadores para medir su cumplimiento

- a. Se va visualizar el rótulo en la sede de la Facultad de las Artes, para ser reconocida por sus públicos, así mismo la cartelera informativa que permitirá mostrar las actividades de interés que proyecta sobre los programas a la comunidad.
- b. Que se muestre el contenido de la página de Facebook de la Facultad de las Artes a los públicos que la visiten, mediante los *likes* a las publicaciones, los comentarios, las veces que sea compartida y el número de comentarios.
- c. Con las presentaciones de estudiantes o egresados la Facultad de las Artes, en la plaza del sabor del Paseo los Campeones, se mostrará las habilidades musicales a su público externo.

2.6.4 Los instrumentos

- a. La rotulación del edificio de la Facultad de las Artes con el logotipo. (Ver en Cronograma de Plan de Comunicación).
- b. Cartelera informativa, para la Facultad de las Artes. (Ver en Cronograma de Plan de Comunicación).
- c. La implementación de la red social *Facebook*. (Ver en Cronograma de Plan de Comunicación).
- d. Presentaciones de estudiantes o egresados la Facultad de las Artes. (Ver en Cronograma de Plan de Comunicación).
- e. Identificar con gorras y playeras con el logo a los integrantes de la Facultad de las Artes.
- f. Afiches para invitar a los vecinos a las prestaciones de estudiantes o egresados la Facultad de las Artes.



2.6.5 Actividades para la operatividad de la estrategia:

Propuesta 1

Tabla 3

Problema	Producto	Objetivo de la comunicación	Tipo de mensaje	Público objetivo	Medio de difusión
No está identificado el edificio de la Facultad de las Artes.	Rotular el edificio.	Crear imagen a la fachada de la Facultad de las Artes.	Ser identificado visualmente por su público externo.	Estudiantes y vecinos de la zona cuatro de Mixco.	Se va visualizar el rótulo de la sede de la Facultad de las Artes. Ver en anexos.

Fuente: elaboración propia.

Propuesta 2

Tabla 4

Problema	Producto	Objetivo de la comunicación	Tipo de mensaje	Público objetivo	Medio de difusión
Falta de área física para mostrar información de programas que tiene la Facultad de las Artes.	Cartelera informativa.	Actualizar a los visitantes sobre actividades de la Facultad de las Artes.	Informar de actividades que surjan de la Facultad de las Artes.	Estudiantes y vecinos de la Zona cuatro de Mixco.	En el ingreso de la Facultad de las Artes. Ver en anexos

Fuente: elaboración propia.



Propuesta 3

Tabla 5

Problema	Producto	Objetivo de la comunicación	Tipo de mensaje	Público objetivo	Medio de difusión
No hay un canal de comunicación para poder mostrar sus actividades al público.	Creación de página de <i>Facebook</i> para la Facultad de las Artes.	Mostrar actividades y programas que desarrolle la Facultad de las Artes conforme surjan en su cronograma de actividades.	Mostrar en medios digitales las actividades de la Facultad de las Artes.	Estudiantes y vecinos de la zona cuatro de Mixco.	Medio digital. Ver en anexos.

Fuente: elaboración propia.

Propuesta 4

Tabla 6

Problema	Producto	Objetivo de la comunicación	Tipo de mensaje	Público objetivo	Medio de difusión
Desconocimiento del público externo de los programas de la Facultad de las Artes.	a. Playeras tipo polo con el logotipo. b. Gorras con el logotipo.	Mostrar las habilidades artísticas de los estudiantes, de la Facultad de las Artes.	Realizar presentaciones en la plaza del sabor del Paseo los Campeones, evento que promueve la Alcaldía Auxiliar los domingos	Estudiantes y vecinos de la zona cuatro de Mixco.	Identificar al estudiante, en las presentaciones de conciertos de Marimba.
Desconocimiento del público externo de los programas de la Facultad de las Artes.	Afiches	Invitar al vecino a prestaciones de estudiantes o egresados la Facultad de las Artes.	Invitación a presentaciones artísticas de los estudiantes de la Facultad de las Artes.	Estudiantes y vecinos de la zona cuatro de Mixco.	En áreas exteriores, se colocarán los afiches.

Fuente: elaboración propia.



2.7 Financiamiento

Tabla 7

Descripción	Financiamiento	Costo
Rotular el edificio.	<ul style="list-style-type: none"> • Elaboración de arte en AutoCAD, corre por cuenta del estudiante de EPS, • Elaboración del rotulo por la Alcaldía Auxiliar Zona cuatro de Mixco. 	Q.250.00 Q.1000.00
Cartelera informativa.	<ul style="list-style-type: none"> • Edición de arte de cartelera, corre por cuenta del estudiante de EPS. • Elaboración por la Alcaldía Auxiliar Zona cuatro de Mixco. 	Q.50.00 Q.550.00
Creación de página de <i>Facebook</i>	Corre por cuenta del estudiante de EPS.	Q.250.00
Publicaciones en la página de <i>Facebook</i> .	• Edición de artes para la página de <i>Facebook</i> , corre por cuenta del estudiante de EPS.	Q.250.00
Gorras con el logotipo.	Alcaldía Auxiliar Zona cuatro de Mixco.	Q.800.00
Playeras tipo polo con el logotipo.	Alcaldía Auxiliar Zona cuatro de Mixco.	Q.1280.00
Presentación de marimba de los estudiantes de la Facultad de las Artes.	Alcaldía Auxiliar zona cuatro	Q.13,500.00
Afiches para invitar al vecino a prestaciones de concierto de marimba de estudiantes o egresados la Facultad de las Artes.	Alcaldía Auxiliar zona cuatro	Q.360.00
Artes de afiches para invitar a vecinos	Alcaldía Auxiliar zona cuatro	Q.100.00
Servicio de asesoría por la estudiante de EPS	Asesoría comunicacional	Q.10,000.00
Total		Q.28,390.00

Fuente: elaboración propia.



2.8 Presupuesto

Tabla 8

Cantidad	Descripción	Costo unitario	Costo total
1	Arte del rótulo en AutoCAD	Q.250.00	Q.250.00
1	Elaboración del rótulo	Q.1000.00	Q.1000.00
1	Artes de cartelera informativa.	Q.50.00	Q.50.00
1	Elaboración de cartelera informativa	Q.550.00	Q.550.00
1	Creación de página de <i>Facebook</i>	Q.250.00	Q.250.00
5	Edición de artes para la página de <i>Facebook</i>	Q.50.00	Q.250.00
16	Gorras con el logotipo.	Q.50.00	Q.800.00
16	Playeras tipo polo con el logotipo.	Q.80.00	Q.1280.00
7	Presentación de marimba de los estudiantes de la Facultad de las Artes.	Q.2250.00	Q.13,500.00
20	Afiches para invitar a los vecinos a las prestaciones	Q18.00	360.00
2	Artes de afiches para invitar a vecinos	Q.50.00	Q.100.00
1	Servicio de Asesoría comunicacional	Q.10,000.00	Q.10,000.00
Total			Q.28,390.00

Fuente: elaboración propia.

2.9 Beneficiarios

De acuerdo con el área geográfica del Municipio de Mixco, los beneficiarios directamente serán los vecinos de zona cuatro de Mixco, estudiantes de la Facultad de las Artes y personal de la facultad, para lo cual se crea la página de *Facebook* canal que servirá para dar a conocer las diferentes actividades que realiza la Facultad de las Artes, como una comunicación externa que muestra la imagen visual.



Por lo cual dicho trabajo tendrá beneficio en aporte a la investigación realizada, para la consulta de los estudiantes de la Universidad de San Carlos de Guatemala y Coordinación del EPS de estudiante de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación.

2.10 Recursos Humanos

- a. Escuela de Ciencias de la Comunicación y la Universidad de San Carlos de Guatemala.
- b. Coordinación del EPS, Doctor José María Torres.
- c. Supervisores del Ejercicio Profesional Supervisado de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación.
- d. Arquitecto Héctor Valdez, alcalde Auxiliar zona cuatro de Mixco.
- e. Licenciado Fernando Dávila, director de la Facultad de las Artes.
- f. Emma Magali Muñoz Álvarez, estudiante de EPS y encargada de la elaboración de todos los materiales a ser utilizados para la elaboración de la estrategia de comunicación.

2.11 Área geográfica de Acción:

Centro Cultural Paseo de los Campeones 2 Avenida 9 calle Zona 4 Mixco Guatemala.



2.12 Cuadro comparativo de la estrategia

Tabla 9

Actividad o producto comunicacional	Objetivos específicos	Presupuesto	Recurso humano	Área geográfica de Impacto	Beneficiarios	Fecha de ejecución
Rotular el edificio.	Crear imagen a la fachada de la Facultad de las Artes.	Q.250.00 Q.1000.00	Alcaldía Auxiliar zona cuatro de Mixco	Bulevar San Nicolás 8-31, Ciudad de Guatemala, Mixco.	Estudiantes y vecinos de la zona cuatro de Mixco.	Primera semana de octubre
Cartelera informativa.	Actualizar a los visitantes sobre actividades de la Facultad de las Artes.	Q.50.00 Q.550.00	Alcaldía Auxiliar zona cuatro de Mixco	Bulevar San Nicolás 8-31, Ciudad de Guatemala, Mixco.	Estudiantes y vecinos de la zona cuatro de Mixco.	Primera semana de octubre
Página de Facebook	Mostar actividades, programas que desarrolle la Facultad de las Artes.	Q.250.00	WALVIN	Contenido digital.	Estudiantes y vecinos de la zona cuatro de Mixco.	Primera semana de julio.
Publicaciones en la página de Facebook	Publicar información relevante de la Facultad de las Artes.	Q.250.00	Corre por cuenta del estudiante de EPS.	Contenido digital.	Estudiantes y vecinos de la zona cuatro de Mixco.	Primera semana de julio.

Fuente: elaboración propia.



Tabla 10

Actividad o producto comunicacional	Objetivos específicos	Presupuesto	Recurso humano	Área geográfica de Impacto	Beneficiarios	Fecha de ejecución
a. Playeras tipo polo con el logotipo. b. Gorras con el logotipo.	Identificar a los estudiantes en actividades de presentaciones de marimba de la Facultad de las Artes.	Q.1280.00 Q.800.00	Ideas Print	2da Ave. 5-80 Col. Montserrat 2, zona 4 de Mixco.	Estudiantes y vecinos de la zona cuatro de Mixco.	Primer domingo de cada mes desde julio a diciembre.
Afiches	Invitar al vecino a prestaciones de concierto de marimba de estudiantes o egresados la Facultad de las Artes.	Q460.00	Alcaldía Auxiliar zona cuatro de Mixco	2da Ave. 5-80 Col. Montserrat 2, zona 4 de Mixco.	Estudiantes y vecinos de la zona cuatro de Mixco.	Primer domingo de cada mes desde julio a diciembre
Presentación de la marimba de los estudiantes de la Facultad de las Artes.	Mostrar las habilidades que aprenden los estudiantes de la Facultad de las Artes.	Q.13,500.00	Estudiantes de la Facultad de las Artes.	2da Ave. 5-80 Col. Montserrat 2, zona 4 de Mixco.	Estudiantes y vecinos de la zona cuatro de Mixco	Primer domingo de cada mes de julio a diciembre.

Fuente: elaboración propia.



2.13. Cronograma del Plan de Comunicación

CRONOGRAMA DEL PLAN DE COMUNICACIÓN																															
No.	Actividad	MESES																													
		Julio					Agosto					Septiembre					Octubre					Noviembre					Diciembre				
	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	S1	S2	S3	S4	S5
1	Página de <i>Facebook</i>	■																													
2	Rotular el edificio de la Facultad de las Artes.									■																					
3	Cartelera informativa, Facultad de las Artes																														
4	Prestaciones de concierto de marimba de estudiantes o egresados la Facultad de las Artes.	■																													



Capítulo 3

Ejecución de la Estrategia

3. Informe de la ejecución:

Al terminar la planeación, los resultados del diseño del proyecto que se tiene a la mano el investigador a partir de ahora entrará al desarrollo de las operaciones implicadas en dichas etapas y dará los pasos correspondientes, encaminadas a alcanzar los objetivos planteados en un comienzo. (Niño, 2019).

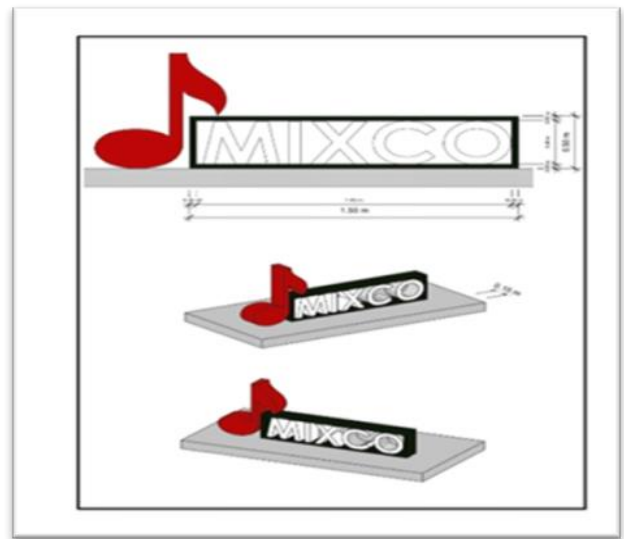
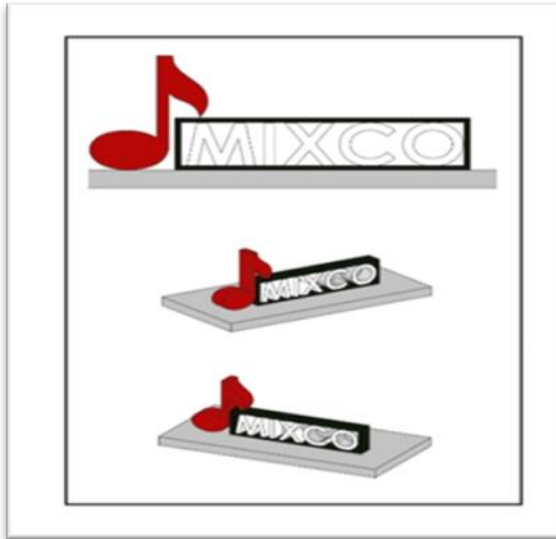
- a. Recopilar los datos mediante la aplicación de las técnicas previstas y los instrumentos, debidamente elaborados y validados.
- b. Procesar los datos que conforman dicha información siguiendo las técnicas apropiadas para dicha tarea.
- c. Analizar los resultados obtenidos e interpretarlos, para verificar la validación o invalidación de la hipótesis y el logro de los objetivos.

3.1. Rotular el edificio de la Facultad de las Artes zona cuatro de Mixco, por ejecutar.

- a. Nombre de la ejecución: Rotular la fachada del edificio
- b. Objetivo de la actividad: Crear imagen visual a la Facultad de las Artes.
- c. Medio utilizado: Para identificar el edificio.
- d. Área geográfica de impacto: Centro Cultural Paseo los Campeones, Bulevar San Nicolas 8-31, Ciudad de Guatemala.
- e. Presupuesto en esta acción: Arte del rótulo en AutoCAD Q.250.00, corre por cuenta del estudiante de EPS, la elaboración tendrá un costo de Q.1000.00 estará a cargo de la Alcaldía Auxiliar zona cuatro de Mixco. (Ver en anexos mensaje de *WhatsApp* del Alcalde Auxiliar de la Alcaldía zona cuatro).



f. Comprobación del material a ser realizado:





3.2. Cartelera informativa, por ejecutar.

- a. Nombre de la ejecución: Cartelera informativa.
- b. Objetivo de la actividad: Actualizar a los visitantes sobre actividades de la Facultad de las Artes
- c. Medio utilizado: Para uso interno, así mostrar información.
- d. Área geográfica de impacto: Centro Cultural Paseo los Campeones, Bulevar San Nicolás 8-31, Ciudad de Guatemala.
- e. Presupuesto en esta acción: Edición del arte Q.50.00, elaboración tendrá un costo de Q.550.00 corre por cuenta de la Alcaldía Auxiliar Zona cuatro de Mixco. (Ver en anexos mensaje de *WhatsApp* del Alcalde Auxiliar de la Alcaldía zona cuatro).



f. Comprobación del material:





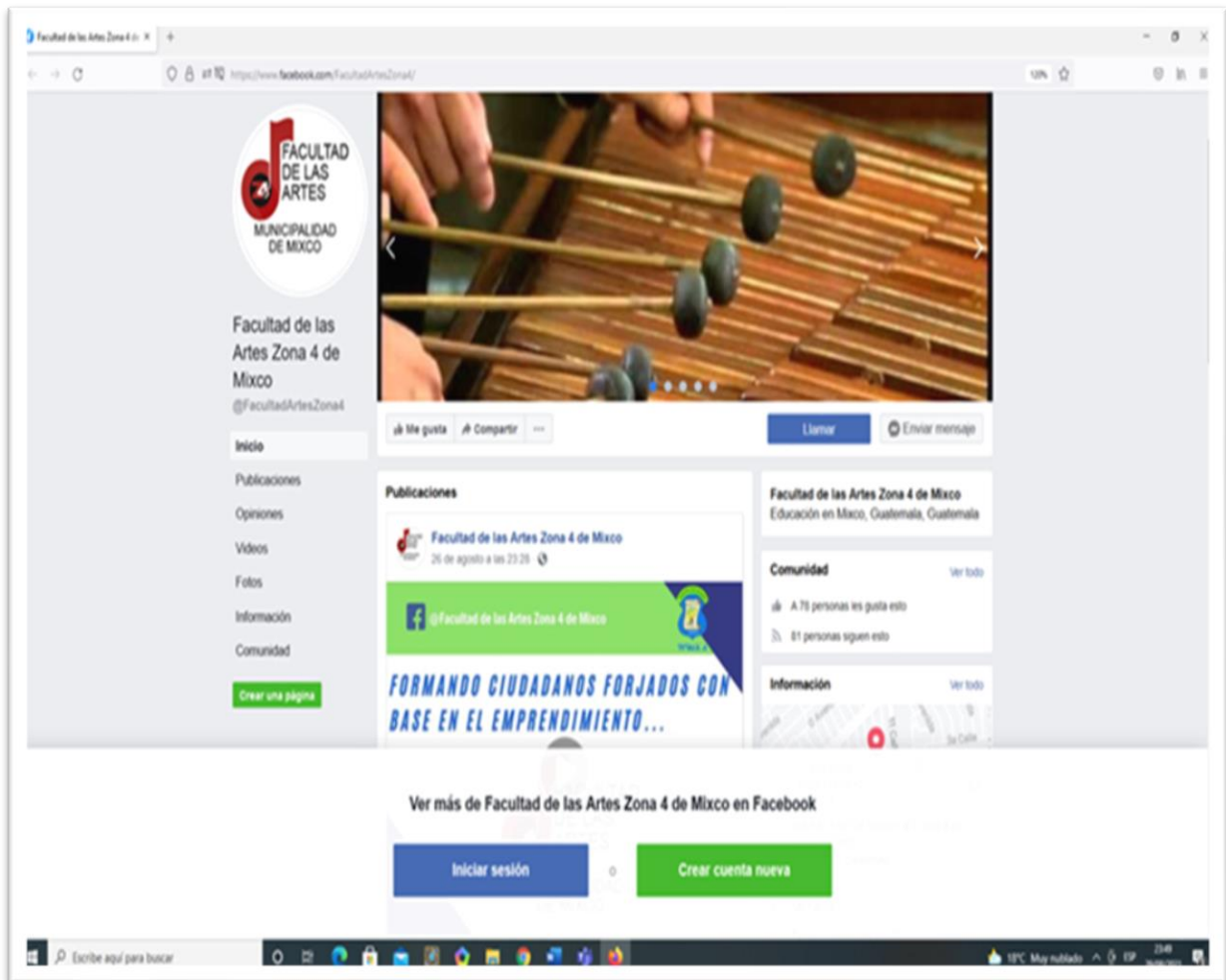
3.3. Creación de página de *Facebook* para la Facultad de las Artes.

- a. Nombre de la ejecución: Creación de página de *Facebook*.
- b. Objetivo de la actividad: Mostar actividades y programas que desarrolle la Facultad de las Artes conforme surjan en su cronograma de tareas.
- c. Medio utilizado: Redes sociales.
- d. Área geográfica de impacto: Territorio de Guatemala.
- e. Presupuesto en esta acción:

Creación de la página, corre por cuenta del estudiante de EPS.	Q.250.00
Cinco ediciones de arte, que se publicaron en la página de <i>Facebook</i> Q.50.00 c/u	Q.250.00
Total	Q.500.00



f. Comprobación del material: <https://www.facebook.com/FacultadArtesZona4/>





FACULTAD DE LAS ARTES
MUNICIPALIDAD DE MIXCO

@Facultad de las Artes Zona 4 de Mixco

ZONA 4

Lavado de manos

Lavarse las manos constantemente con agua y jabón, previene el contagio al COVID-19.

Mixco, 2da Ave. 5-80 Col. Montserrat 2, zona 4 de Mixco.

FACULTAD DE LAS ARTES
MUNICIPALIDAD DE MIXCO

@Facultad de las Artes Zona 4 de Mixco

ZONA 4

Distanciamiento físico

Se recomienda mantener distanciamiento de 1.5 metros.

Alcaldía Auxiliar zona 4 de Mixco, 2da Ave. 5-80 Col. Montserrat 2, zona 4 de Mixco.

FACULTAD DE LAS ARTES
MUNICIPALIDAD DE MIXCO

@Facultad de las Artes Zona 4 de Mixco

ZONA 4

Usa la mascarilla

Usarla correctamente salvará tu vida, cubriendo nariz, boca y mentón

Alcaldía Auxiliar zona 4 de Mixco, 2da Ave. 5-80 Col. Montserrat 2, zona 4 de Mixco.

FACULTAD DE LAS ARTES
MUNICIPALIDAD DE MIXCO

@Facultad de las Artes Zona 4 de Mixco

LA FACULTAD DE LAS ARTES EXTIENDE UNA INVITACIÓN PARA QUE APRENDAS A TOCAR MARIMBA, COMUNÍCATE AL TELÉFONO 5401 4003 PARA MÁS INFORMACIÓN.

Alcaldía Auxiliar zona 4 de Mixco, 2da Ave. 5-80 Col. Montserrat 2, zona 4 de Mixco.



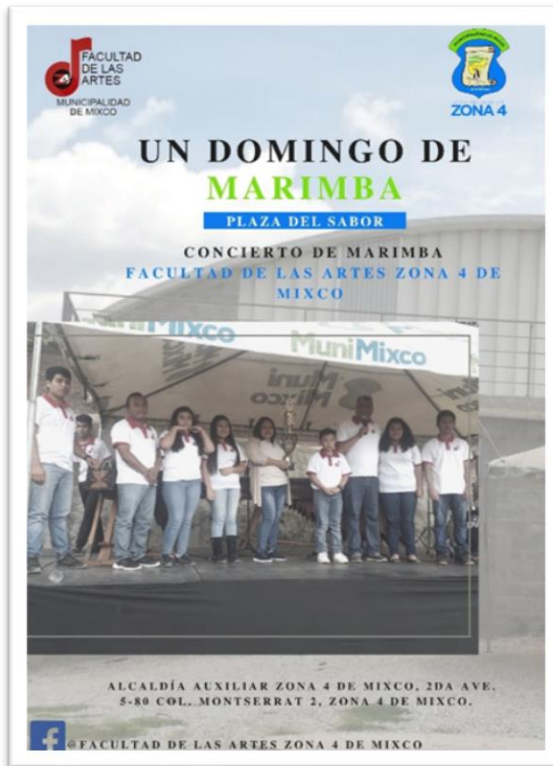
3.4. Afiche para invitar a vecinos a presentaciones artísticas, por ejecutar.

- a. Nombre de la ejecución: Afiche.
- b. Objetivo de la actividad: Invitar al vecino a prestaciones de concierto de marimba de estudiantes o egresados la Facultad de las Artes.
- c. Medio utilizado: Medios digitales y colocación en áreas exteriores.
- d. Área geográfica de impacto: 2da Ave. 5-80 Col. Montserrat 2, zona 4 de Mixco.
- e. Presupuesto en esta acción: Elaboración corre por cuenta de la Alcaldía Auxiliar Zona cuatro de Mixco.

Dos artes Q.50.00 c/u	Q.100.00
20 afiches Q.18.00 c/u	Q.360.00
Total	Q460.00



f. Comprobación del material:



3.5. Playeras y gorras, por ejecutar.

- a. Nombre de la ejecución: Playeras y gorras.
- b. Objetivo de la actividad: Identificar a los estudiantes en actividades de presentación de marimba de la Facultad de las Artes.
- c. Medio utilizado: Áreas exteriores.



- d. Área geográfica de impacto: 2da Ave. 5-80 Col. Montserrat 2, zona 4 de Mixco, Plaza del Sabor.
- e. Presupuesto en esta acción: Elaboración corre por cuenta de la Alcaldía Auxiliar Zona cuatro de Mixco

16 playeras polo Q.80.00 c/u	Q.1280.00
6 gorras afiches Q.50.00 c/u	Q.800.00
Total	Q.2080.00





3.7. Actividades y calendarización:

CRONOGRAMA DE TODAS LAS ACTIVIDADES																										
No.	Actividad	MESES																								
		Marzo					Abril					Mayo					Junio					Julio				
	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
1	Conferencia primera fase Diagnóstico de Comunicación																									
2	Elaboración de la Evaluación Diagnóstica de Comunicación																									
3	Conferencia segunda fase Plan Estratégico de Comunicación																									
4	Elaboración y entrega de plan estratégico de comunicación																									
5	Supervisión en Institución																									
6	Conferencia tercera fase Ejecución Plan Estratégico de Comunicación																									
7	Ejecución del Plan Estratégico de Comunicación																									
8	Página de Facebook, Facultad de las Artes zona cuatro de Mixco																									
9	Rotular el edificio de la Facultad de las Artes.																									
10	Cartelera informativa, Facultad de las Artes																									
11	Prestaciones de concierto de marimba de estudiantes o egresados la Facultad de las Artes.																									

CRONOGRAMA DE TODAS LAS ACTIVIDADES																										
No.	Actividad	MESES																								
		Agosto					Septiembre					Octubre					Noviembre					Diciembre				
	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
1	Conferencia primera fase Diagnóstico de Comunicación																									
2	Elaboración de la Evaluación Diagnóstica de Comunicación																									
3	Conferencia segunda fase Plan Estratégico de Comunicación																									
4	Elaboración y entrega de plan estratégico de comunicación																									
5	Supervisión en Institución																									
6	Conferencia tercera fase Ejecución Plan Estratégico de Comunicación																									
7	Ejecución del Plan Estratégico de Comunicación																									
8	Página de Facebook, Facultad de las Artes zona cuatro de Mixco																									
9	Rotular el edificio de la Facultad de las Artes.																									
10	Cartelera informativa, Facultad de las Artes																									
11	Prestaciones de concierto de marimba de estudiantes o egresados la Facultad de las Artes.																									



Conclusiones

1. Los alumnos de la Facultad de las Artes debido al COVID-19 que ha provocado crisis sanitaria, limita las actividades presenciales a la comunidad de los estudiantes o egresados de dicha facultad, que ayudarían a su proyección.
2. En la Facultad de las Artes, no tiene un canal de comunicación para proyectar sus actividades en lo interno y externo, limitando la presencia de sus logros y actividades que realiza para beneficio de la comunidad, se crea el canal digital de la página de *Facebook*, para dar a conocer información de interés con su público.
3. Se evidencia la falta de identidad visual, con el logotipo que representa a la Facultad de las Artes para ser reconocida, al rotular el edificio va ser visualizada por su público externo, así mismo se implementa la cartelera informativa que ayudará a la imagen corporativa de la institución.
4. Se limitó la ejecución del Ejercicio Profesional Supervisado (EPS), por la falta de presupuesto para realizar las acciones que, con base al diagnóstico y plan de comunicación, busca contribuir a mejorar los canales de comunicación con el público de interés.



Recomendaciones

1. Se recomienda a la Facultad de las Artes mantener actualizada la información en su página de *Facebook*, para brindar información a la comunidad y los visitantes sobre los programas y logros que realizan los alumnos.
2. Se recomienda a la Alcaldía Auxiliar zona cuatro de Mixco, la creación del departamento de comunicación social, para que se promuevan las diferentes actividades culturales que proyecta la Facultad de las Artes zona cuatro de Mixco.
3. A la Escuela de Ciencias de la Comunicación, brinde a sus estudiantes cursos de medios sociales digitales, que refuerce las capacidades de los estudiantes para crear contenidos, noticias y mensajes con efectividad.
4. A los estudiantes de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, crear su portafolio de trabajos realizados en la Universidad de San Carlos de Guatemala, que sirva de evidencia del desarrollo de sus habilidades y competencias comunicacionales.



Referencias

Behar, D., (2008). Metodología de la Investigación, Bogotá, Editorial Shalom.

Enz, A., Francos, V., Spagnuolo, V., (2012). Manual de comunicación para organizaciones sociales, Buenos Aires: RIVOLIN SRL.

Gómez, L.E., Miguel, N., L., (2019). Teoría de la investigación, Guatemala, ECCOediciones.



E-grafía

Aljure, A. (2015). *El plan estratégico de comunicación método y recomendaciones prácticas para su elaboración*. Recuperado de <https://elibro.net/es/ereader/uscg/57730>

Brandolini, A. González, M. Hopkins, N. (2009). *Comunicación Interna*. Recuperado de [file:///C:/Users/Familia/Downloads/Comunicaci%C3%B3n%20Interna_Brandolini%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Familia/Downloads/Comunicaci%C3%B3n%20Interna_Brandolini%20(1).pdf)

Caro, L., (2021). *Técnicas e Instrumentos para la Recolección de Datos*. Recuperado de <https://www.lifeder.com/tecnicas-instrumentos-recoleccion-datos/>.

Cuenca, J. Verazzi, L. (2018). *Guía fundamental de la Comunicación Interna*. Recuperado de <https://elibro.net/es/ereader/uscg/105390>

Diagnostico. (20 de agosto de 2019). Significados.com. recuperado de <https://www.significados.com/diagnostico/>

Estanyol, E. Garcia, E. Lalueza, F. (2016). *¿Cómo elaborar un plan de comunicación corporativa?* Recuperado de <https://elibro.net/es/ereader/uscg/58486>

FODA, (20 de agosto de 2019). Significados.com. Recuperado de <https://www.significados.com/foda/>

Font, J. Pasadas, S. (2016). *Las encuestas de opinión*. Recuperado de <https://elibro.net/es/ereader/uscg/41846>



- Gálvez, I. (2015). *Facebook para empresas y emprendedores*. Recuperado de <https://elibro.net/es/ereader/uscg/44623>
- García, J., *Los distintos tipos de entrevista y sus características*. Recuperado de <https://psicologiaymente.com/organizaciones/tipos-de-entrevista-trabajo-caracteristicas>
- Gómez, F. (2010). *El pequeño libro de las redes sociales*. Recuperado de <file:///C:/Users/Familia/Downloads/Gomez,%20Francesc%20-%20El%20Peque%C3%B1o%20Libro%20de%20Las%20Redes%20Sociales.pdf>
- Libaert, T. (2008). *El Plan de Comunicación*. Recuperado de https://drive.google.com/file/d/1AmiuGJ2hMZ_-C6a7bjzq_eNBUucYPS0n/view
- Malpica, A. (2018). *Técnicas para la Dinámica de Grupo*. Recuperado de <https://elibro.net/es/ereader/uscg/176602>
- Martínez, D. Gutiérrez, A. (2005). *La elaboración del plan estratégico y su implantación a través del cuadro de mano integral*. Recuperado de <https://elibro.net/es/ereader/uscg/53118>.
- Martínez, D. Milla, A. (2012). *Introducción al plan estratégico*. Madrid. Ediciones de Díaz de Santos. Recuperado de <https://elibro.net/es/ereader/uscg/62663>
- Municipalidad de Mixco. (2016). *Manual de Organización y Funciones de la Municipalidad de Mixco*. Recuperado de <https://www.munimixco.gob.gt/wp-content/uploads/2016/11/12.-MOF-Dir.-Desarrollo-Social-y-Econ%C3%B3mico-2016.pdf>



Niño, V. (2019). Metodología de la investigación, Diseño, ejecución e informe. Recuperado de <https://elibro.net/es/ereader/uscg/127116>

Ortiz, F. (2012). *Miradas a las identidades digitales: Un análisis al discurso de las interacciones de los usuarios de la red social Facebook*. Universidad de los Andes Venezuela. Venezuela. Recuperado de <https://elibro.net/es/ereader/uscg/118058>

Rodríguez, D, (2020). *Los 6 Tipos de Observación Científica Principales*. Recuperado de <https://www.lifeder.com/tipos-de-observacion-cientifica/>

Salla, J. Ortega, J. (2008). *Plan Estratégico de Relaciones Públicas*. Barcelona. Bosch Editor. Recuperado de <https://elibro.net/es/ereader/uscg/52287>

Tamayo y Tamayo, M, (2003). *El Proceso de la Investigación Científica*. Recuperado <https://cucjonline.com/biblioteca/files/original/874e481a4235e3e6a8e3e4380d7adb1c.pdf>



ANEXOS

Formato de Encuesta

Se paso vía *Google forms*:

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSeHryr7GjAKTvsqRgNDGrwD5KGf_ozDmnZbvXyAYNmBYzAo5Q/viewform?usp=sf_link



**Escuela de Ciencias
de la Comunicación**
Creando futuro



Encuesta para establecer la percepción que tienen los estudiantes de los diferentes Centro Educativos de Mixco zona cuatro, de la Facultad de las Artes

Ésta encuesta tiene como finalidad evaluar el nivel de percepción de los estudiantes de los Centros Educativos, sobre la Facultad de las Artes zona cuatro de Mixco y los programas que imparte, así mismo la identidad hacia los públicos externos que proyecta.

Este es un estudio independiente con fines académicos y cuenta con el permiso de la Alcaldía Auxiliar zona cuatro de Mixco, sin embargo, estas autoridades no tienen ninguna responsabilidad sobre el mismo. Se harán propuestas de mejoras dependiendo de los resultados del estudio.

Estudio realizado por la estudiante Emma Magali Muñoz Alvarez, como parte del EPS de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, Universidad de San Carlos de Guatemala.

De antemano se les agradece mucho su tiempo al contestar esta encuesta.

Edad Sexo

- ¿Qué actividad de las que se describen te gustan?
Cultura Arte
- ¿Qué te gustaría aprender de lo siguiente?
Canto Tocar un instrumento
- ¿Estás interesado en el arte y la cultura?
Si No
- ¿Qué instrumento musical de los siguientes te gustaría aprender a tocar?
Marimba Batería Guitarra
- ¿Conoces la Facultad de las Artes Zona 4 de Mixco?
Si No
- ¿Te gustaría estudiar en la Facultad de las Artes zona 4 de Mixco?
Si No
- ¿Conoces la Misión y Visión de la Facultad de las Artes zona 4 de Mixco?
Si No
- ¿Conoces los valores de la Facultad de las Artes zona 4 de Mixco?
Si No
- ¿Conoces la dirección de la Facultad de las Artes zona 4 de Mixco?
Si No
- ¿Qué red social te gustaría recibir información de la Facultad de las Artes zona 4 de Mixco?
Facebook Instagram
- Selecciona en qué lugar buscarías información para inscribirte en la Facultad de las Artes zona 4 de Mixco
Alcaldía Auxiliar Centro Educativo Mixco CEM Centro Cultural Ninguno de los anteriores.



Formato de entrevista directora del Centro Educativo Mixco



**Escuela de Ciencias
de la Comunicación**
creando futuro



Directora del CEM

ENTREVISTA

Etapa diagnóstica

Ejercicio Profesional Supervisado de Emma Magali Muñoz Alvarez

Escuela de Ciencias de la Comunicación

Fecha: _____ Hora: _____

Lugar: _____

Entrevistador: _____

Nombre: _____ Edad: _____

Departamento: _____ Puesto: _____

1. ¿Conoce la Facultad de la Artes Mixco zona cuatro?
2. ¿Sabe que actividades realiza la Facultad de la Artes Mixco zona cuatro?
3. ¿Conoce la ubicación de la Facultad de la Artes Mixco zona cuatro?
4. ¿Tiene conocimiento de los cursos que imparte la Facultad de la Artes Mixco zona cuatro?
5. ¿Tiene estudiantes que hayan aplicado en la Facultad de la Artes Mixco zona cuatro?
6. ¿Les ha comentado a sus alumnos sobre la actividad que realiza la Facultad de la Artes Mixco zona cuatro?
7. ¿Los catedráticos tiene conocimiento de la Facultad de la Artes Mixco zona cuatro?
8. ¿Conoce la Misión y Visión de la Facultad de la Artes Mixco zona cuatro?
13. ¿En qué modalidad se están impartiendo las clases del Centro Educativo Mixco -CEM-, tomando en cuenta los procesos de bioseguridad del Covid-19?



Formato de entrevista Alcalde Auxiliar Zona cuatro de Mixco



**Escuela de Ciencias
de la Comunicación**
creando futuro



Alcalde auxiliar zona 4 de Mixco

ENTREVISTA

Etapa diagnóstica

Ejercicio Profesional Supervisado de Emma Magali Muñoz Alvarez

Escuela de Ciencias de la Comunicación

Fecha: _____ Hora: _____

Lugar: _____

Entrevistador: _____

Nombre: _____ Edad: _____

Departamento: _____ Puesto: _____

1. ¿Qué contenido informativo genera la Alcaldía Auxiliar a través de *Facebook* e *Instagram* para dar a conocer sobre los programas que se generan?
2. ¿Las redes sociales han sido efectivas para informar a los vecinos sobre los programas que imparte la Alcaldía Auxiliar?
3. ¿Cómo se transmite la información que se genera en la Alcaldía Auxiliar a los vecinos de zona 4?
4. ¿El contenido que usualmente publica la Alcaldía Auxiliar en las redes sociales de *Facebook* e *Instagram* es monitoreado y con qué frecuencia?
5. ¿Les dan seguimiento a los comentarios de los vecinos en las redes sociales de *Facebook* e *Instagram*?
6. ¿Qué impacto considera que deja en los vecinos el contenido que se genera en las redes sociales de *Facebook* e *Instagram*?
7. ¿Tienen información en la página de *Facebook* sobre los programas de cultura y arte que imparte la Alcaldía Auxiliar?
8. ¿Tienen información en la página de *Facebook* sobre los programas de cultura y arte que imparte la Alcaldía Auxiliar?
9. ¿Se informa a los vecinos por las redes sociales sobre programas de cultura y arte?
10. ¿Se publican los logros que se generan en el programa de cultura y arte que tiene la Alcaldía Auxiliar?
11. ¿Tiene la Alcaldía Auxiliar presupuesto destinado para el área de comunicación?



Formato de entrevista director artístico de la Facultad de las Artes



**Escuela de Ciencias
de la Comunicación**
creando futuro



Director artístico

ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA

Etapa diagnóstica

Ejercicio Profesional Supervisado de Emma Magali Muñoz Alvarez

Escuela de Ciencias de la Comunicación

Fecha: _____ Hora: _____

Lugar: _____

Entrevistador: _____

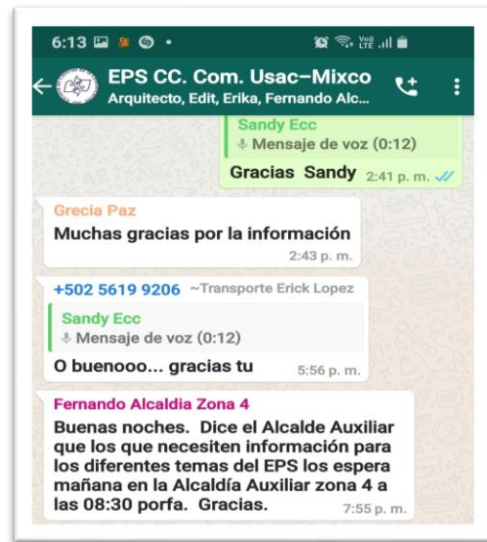
Nombre: _____ Edad: _____

Departamento: _____ Puesto: _____

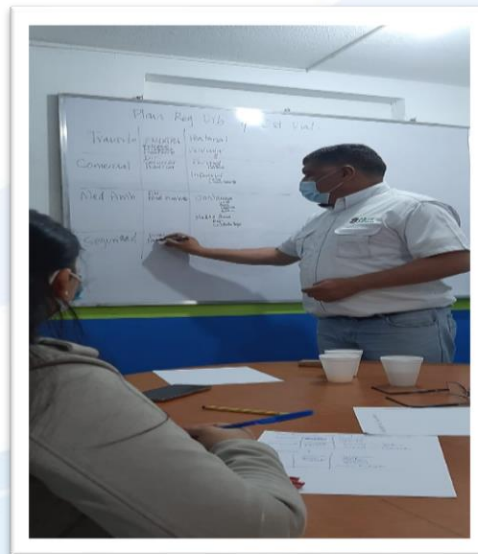
1. ¿Como considera usted la forma que actualmente se maneja la información?
2. ¿Según usted cuales son la deficiencia que existen en la forma de cómo se maneja actualmente la información?
3. ¿Cuáles son los diferentes procesos que se llevan a cabo actualmente para informar a los públicos externos sobre la Facultad de las Artes?
4. Como se están realizando la atención a estudiantes de la Facultad de las Artes zona cuatro de Mixco
5. ¿Cómo se informa de los cursos que imparte la Facultad de las Artes zona cuatro de Mixco?
6. ¿En qué modalidad se están impartiendo los cursos de la Facultad de las Artes zona cuatro de Mixco, tomando en cuenta los procesos de bioseguridad del Covid-19?
7. ¿Qué logros destaca de la Facultad de las Artes Mixco zona cuatro, desde su creación?
8. ¿Qué apoyo recibe de sus jefes inmediatos para el funcionamiento de la Facultad de las Artes Mixco zona cuatro?
9. ¿Dónde se inscriben los estudiantes de la Facultad de las Artes?
10. ¿Tienen una persona encargada para dar a conocer las actividades que realiza la Facultad de las Artes?
11. Tiene destinado presupuesto para el área de comunicación



Reunión para explicar el desarrollo de cada programa, en Alcaldía Auxiliar zona cuatro.

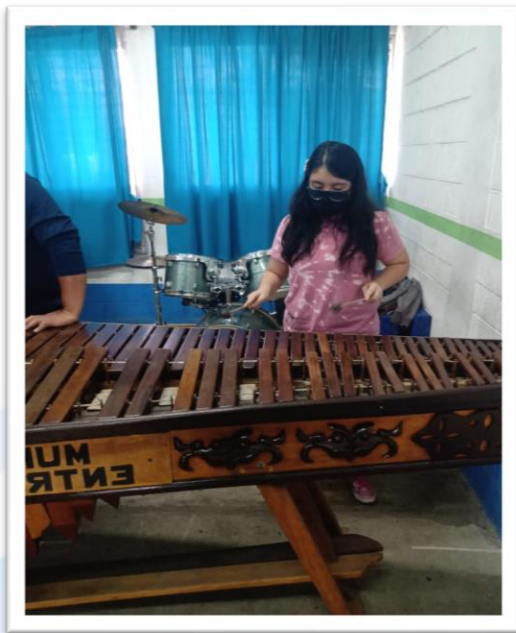
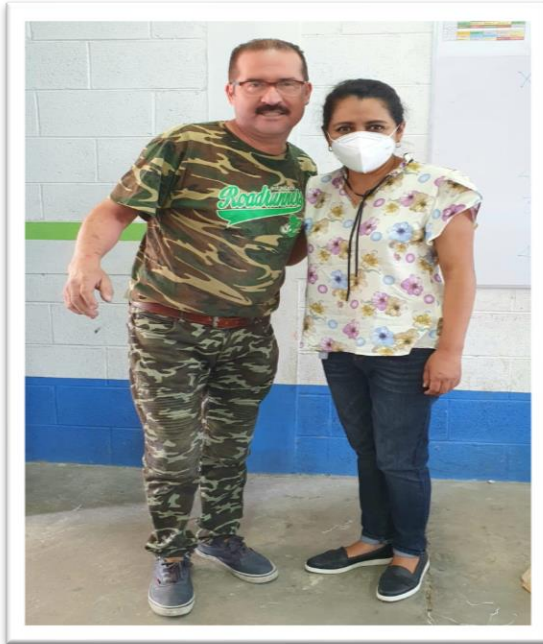


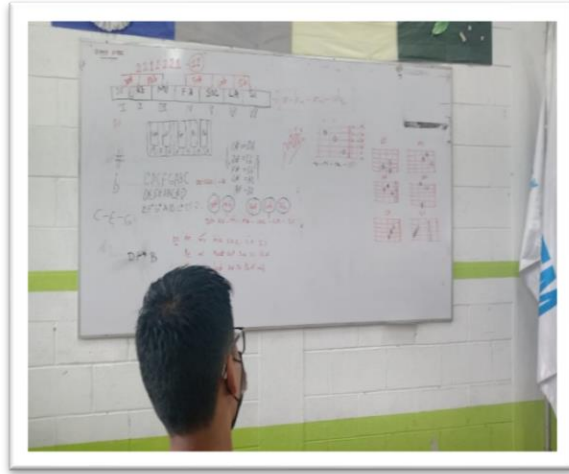
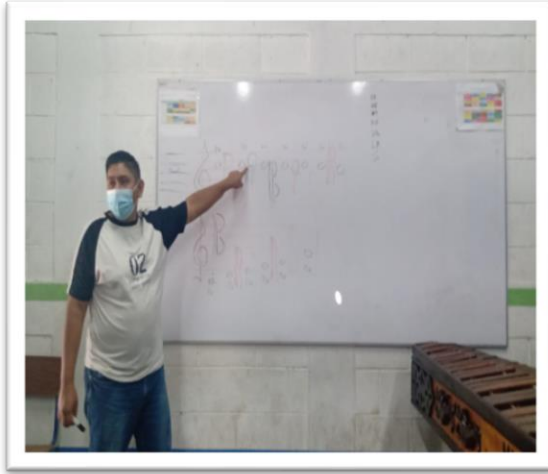
Fuente: Convocan a reunión para ver los programas de Alcaldía Auxiliar zona cuatro.

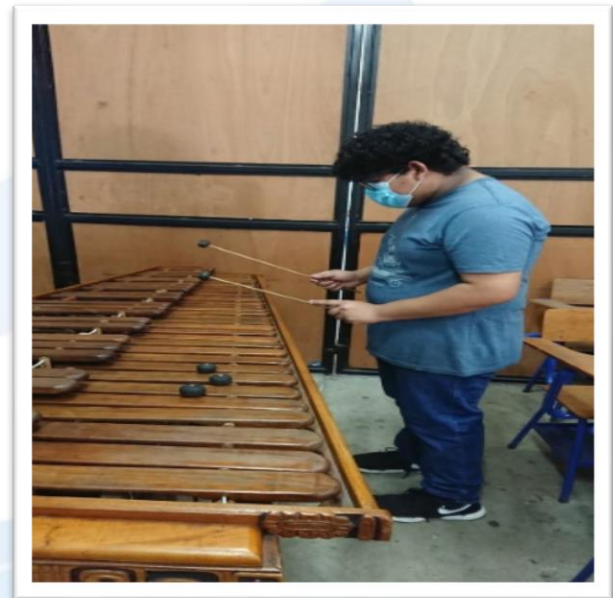
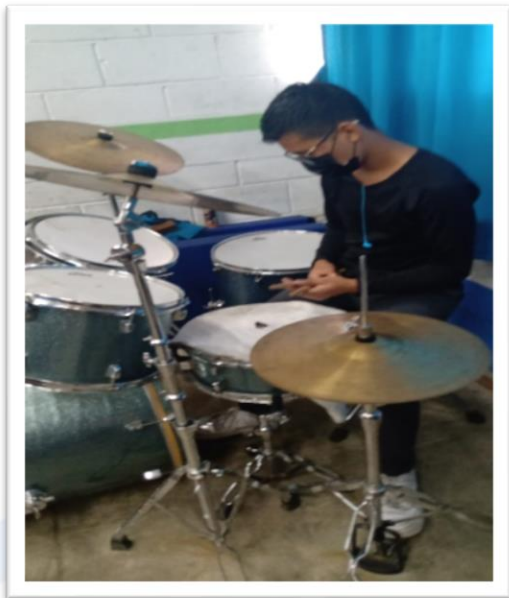
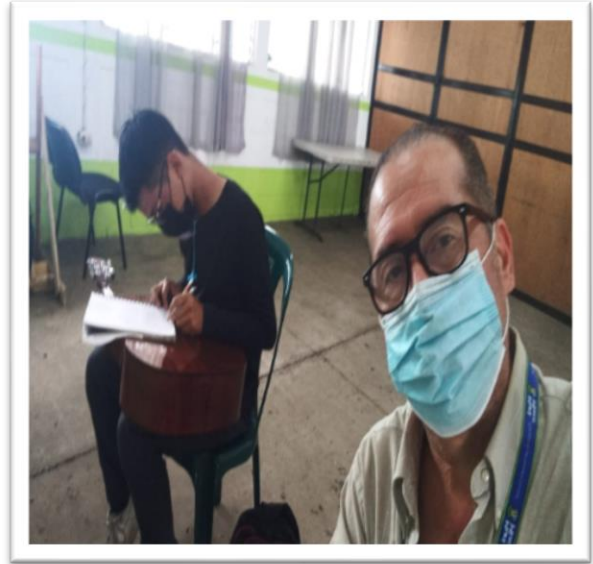
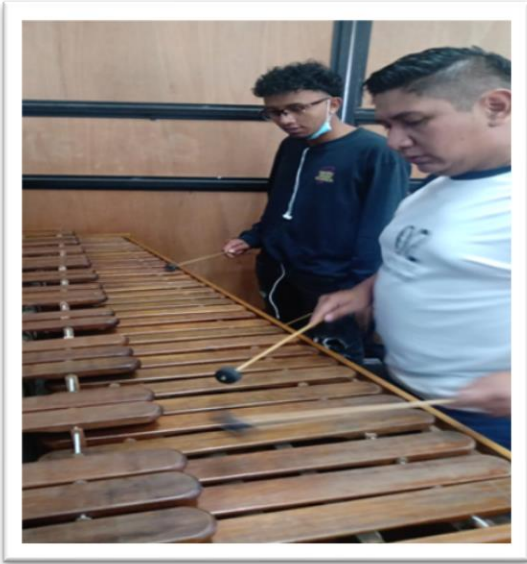




Facultad de las Artes zona cuatro de Mixco, Director Artístico Licenciado Fernando Dávila.









Propuesta 1



Guatemala 22 de septiembre de 2021

- Honorarios técnicos del Modelado 3D y Renderizado de piezas para rotulo de la Facultad de las Artes, zona cuatro de Mixco, Municipalidad de Mixco.

Total Q. 250.00

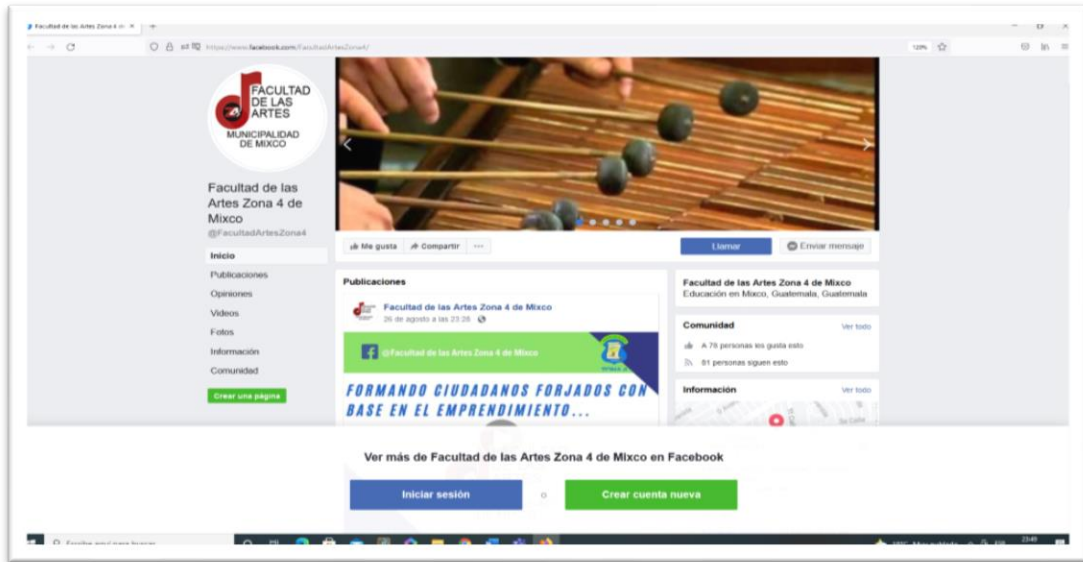



Luis Pablo Rosales Guzmán
EPS - Arquitectura
Cel: 4756-1453

Luis Pablo Rosales Guzmán 1



Propuesta 2



WALVIN S.A
11 CALLE "A" 20-67 ZONA 17 RES. COVITROSS
TEL: 2255-2485
CELULAR: 54866366

PLOFORMA

CLIENTE: Escuela De Arte Zona 4 De Mixco
DIRECCIÓN: Zona 4 De Mixco

DESCRIPCIÓN

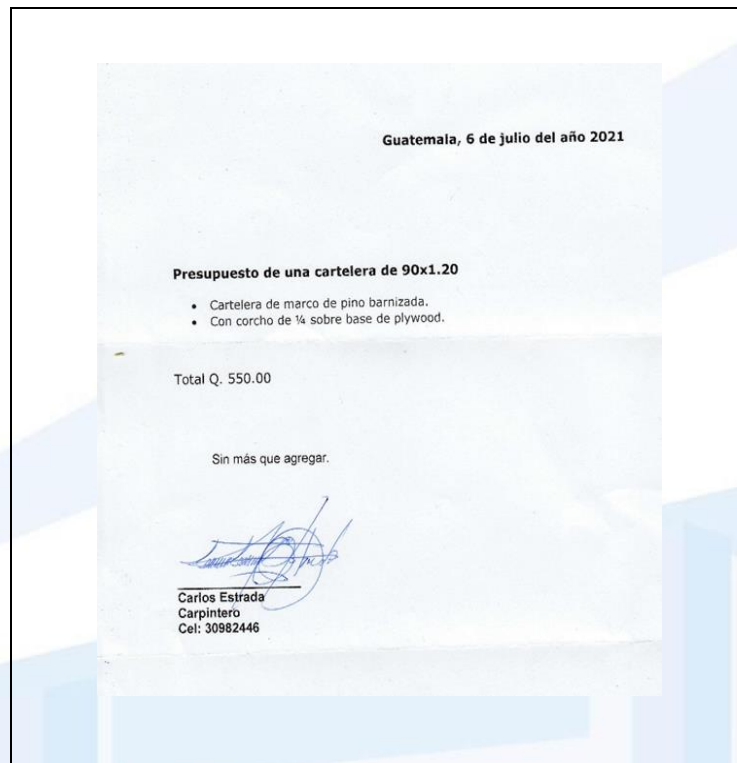
Descripción	Costo
Creación de página de FACEBOOK, incluye 10 publicaciones y un mes de soporte.	Q250.00

Observación:
Para las publicaciones el cliente será responsable de proporcionar la información a publicar en el formato adecuado.

[Signature]
WALVIN S.A

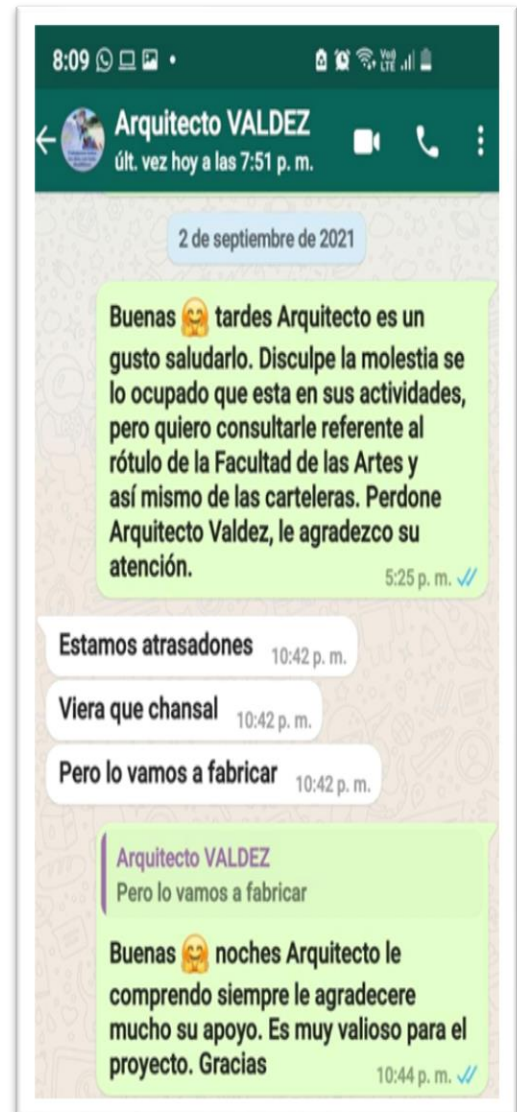


Propuesta 3





Mensajes de aprobación del rotulo de la Facultad de las Artes.



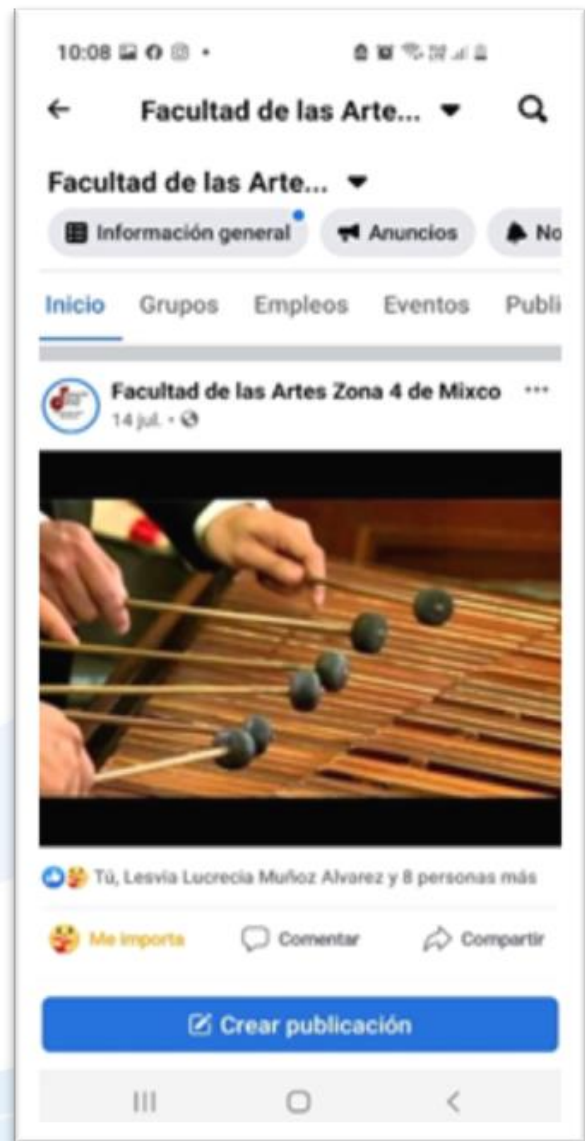


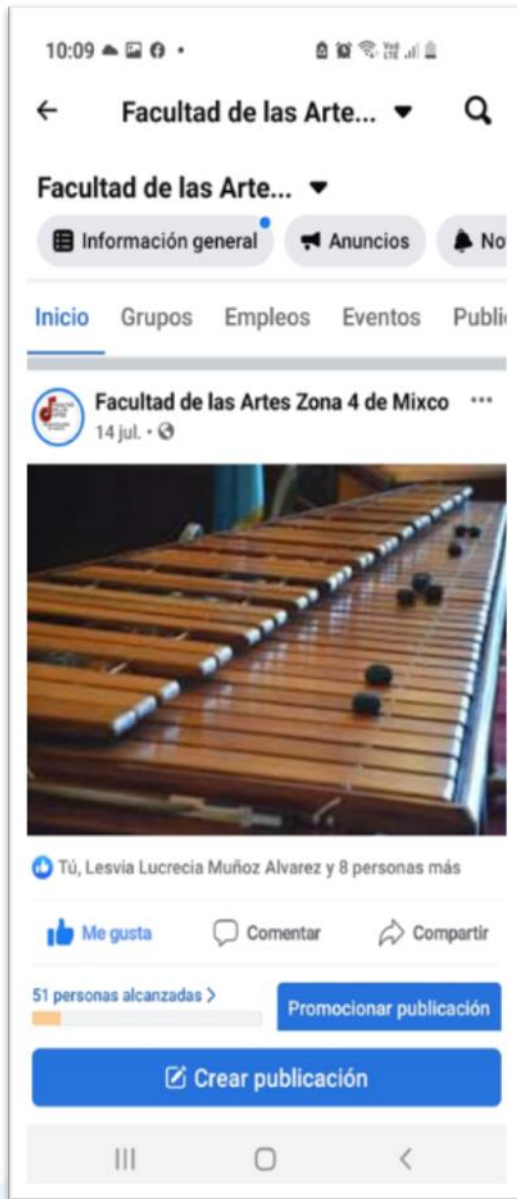
Mensaje de aprobación de cartelera informativa.





Publicaciones realizadas en la página de *Facebook* de la Facultad de las Artes.
<https://www.facebook.com/FacultadArtesZona4/>













Comunicación

creando futuro