

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO

The seal of the University of San Carlos of Guatemala is a large circular emblem. It features a central shield with a figure on horseback, a crown above, and various symbols including a castle, a lion, and a banner. The text 'UNIVERSITAS CAROLINA ACCADEMIA COACTEMALENSIS INTER CAETERAS ORBIS CONSPICUA' is inscribed around the border of the seal.

**DIAGNÓSTICO Y ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN
PARA LA ALCALDÍA AUXILIAR DE LA ZONA 2,
DE LA CIUDAD DE GUATEMALA**

RAÚL WILFREDO ORTÍZ SAMOL

LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

GUATEMALA, OCTUBRE 2021

Universidad De San Carlos De Guatemala

Escuela de Ciencias de la Comunicación

Ejercicio Profesional Supervisado



**Diagnóstico y estrategia de comunicación
para la Alcaldía Auxiliar de la Zona 2, de la ciudad de Guatemala**

Presentado por:

Raúl Wilfredo Ortíz Samol

Previo a optar al título de:

Licenciado 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 Yumán

Lic. Luis Fernando Lucero

Lic. Mynor René Martínez y

Lic. Julio Sebastián Chilín



Guatemala, octubre 15 de 2021

Estudiante de EPS de Licenciatura
Raúl Wilfredo Ortiz Samol
Carné: 9711539
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 para la Alcaldía Auxiliar de la Zona 2, de la Ciudad de Guatemala”** 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. Evelin Morazán
Supervisora

Dr. José María Torres Carrera
Coordinador





Comunicación
creando futuro

Guatemala 4 de marzo de 2021
EPSL-C0127

Licenciado:
Jorge Francisco Palacios Aldana
Alcalde Auxiliar
ALCALDIA AUXILIAR ZONA 2
Presente.

Distinguido Licenciado Palacios:

Por medio de la presente se solicita aceptar como practicante del programa de graduación del EPS de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, al estudiante RAÚL WILFREDO ORTÍZ SAMOL, carné no. 9711539 quién manifestó su deseo de hacer Práctica Supervisada en su institución, para el efecto se requiere lo siguiente:

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

Atentamente,

"ID Y ENSEÑAR A TODOS"



Dr. José María Torres Carrera

Coordinador EPS Licenciatura en Ciencias de la Comunicación

cc. Archivo
MA. Evelin Morazán

Escuela de Ciencias de la Comunicación
Edificio M2, Ciudad Universitaria USAC
Zona 12, Ciudad de Guatemala, C.A.
www.comunicacion.usac.edu.gt

(502) 2418-8920





**Muni
Guate**

Alcaldía Auxiliar Zona 2
3ª avenida 3-39, Barrio Jocotenango, zona 2
T. 1551 - Teléfono: 22530559
@muniguate

Guatemala, 13 de abril de 2021
Oficio No. 105
A.A. Zona 2

Doctor
José María Torres Carrera
Coordinador EPS
Licenciatura en Ciencias de la Comunicación
Universidad de San Carlos de Guatemala
Presente.

Estimado Dr. Torres:

Reciba un cordial saludo del equipo de trabajo de la Alcaldía Auxiliar de la zona 2, deseándole éxitos en sus labores diarias.

Por medio de la presente y de la forma más atenta le informo que la solicitud para la realización de práctica supervisada del estudiante **RAÚL WILFREDO ORTÍZ SAMOL** del programa de graduación del EPS de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación ha sido autorizada, lo cual el procedimiento de su EPS será por medios electrónicos, plataformas virtuales, presencial y semipresencial, esto debido a la emergencia sanitaria actual por el COVID-19.

De antemano agradezco su amable atención a la presente.

Atentamente,




Jorge Palacios
Alcalde Auxiliar Zona 2

c.c.a.

**JUNTOS LOS GUATEMALTECOS
HACEMOS NUESTRA HISTORIA**



Bicentenario
1821-2021



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



Dedicatoria a:

- Dios:** La gloria y la honra siempre serán para Él, es quien da el conocimiento y la sabiduría.
- Mis Padres:** Esteban (Q.E.P.D), Antonia por apoyarme en todo momento de mi vida y estar presente cuando los he necesitado.
- Mi Esposa:** Lizeth gracias por ser mi cómplice incondicional en este larguísimo camino, por tu paciencia, por tu dedicación y sobre todo por tu amor.
- Mi hija:** Desireé Tu eres la razón de mi vida y el motor que me alentó a conseguir este logro, espero que te sirva de ejemplo y en un futuro no muy lejano sea motivo de inspiración para imitarlo y superarlo.
- Mis hermanos:** José Alberto (Q.E.P.D.), Tomas, Cesar Augusto (Q.E.P.D.), Marco Tulio porque ustedes fueron mi primera escuela, y por confiar en mí, dándome palabras de aliento y motivación.
- Mi familia:** Tíos (as), Cuñados (as), sobrinos (as), Primos (as) gracias por existir y ser parte indispensable de mi vida, especialmente a Silvia Rita.
- Mis Amigos:** Abner Morales, Luciano Samol, Licenciado Luis Blanco, Magister Nora Valenzuela, Zenia Pérez, Licenciado Eddy Gálvez, Paulino Azurdia, Pablo Rodríguez, Luis Pineda, Licenciada Rosslyn Estrada, Lizbet Linares, Manolo Briones y en especial a: Licenciado Jeremías Chan y Licenciada Lourdes García, quienes nunca dejaron de creer en mí y sin escatimar esfuerzos empezamos este proyecto al inicio del presente año, el cual gracias a su paciencia y profesionalismo se hizo posible, infinitas gracias, Dios los bendiga.



Agradecimientos a:

LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

Donde me he forjado profesionalmente.

LA ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

A todos los docentes que compartieron sus conocimientos conmigo.

EL Dr. JOSE MARIA TORRES

Gracias por brindarme su apoyo en este proyecto.

LA MSc. EVELYN MORAZAN

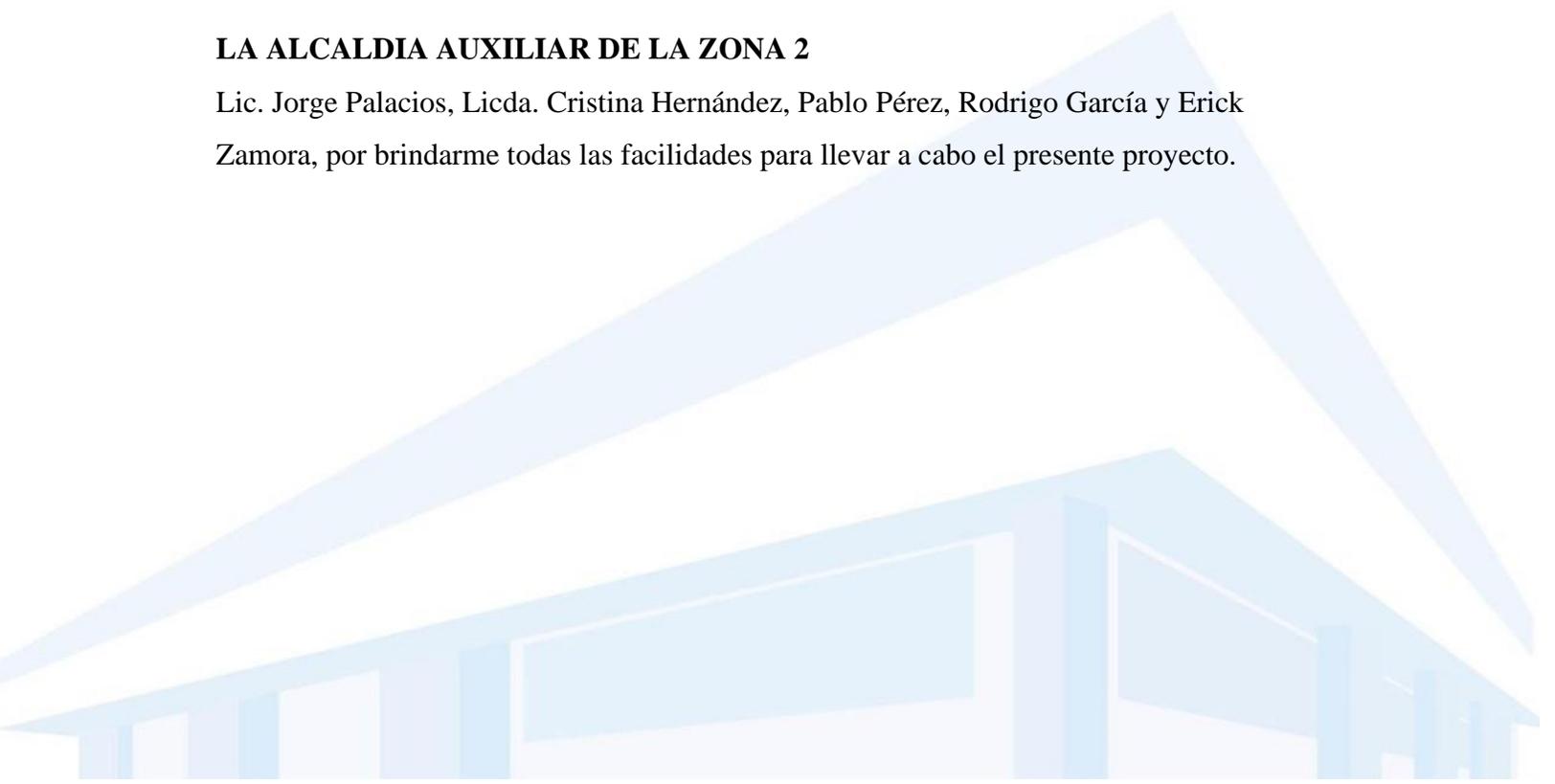
Especialmente por todo su apoyo incondicional en este proyecto.

EL LICENCIADO MYNOR MARTINEZ

Por toda la paciencia y esfuerzo con mi proyecto.

LA ALCALDIA AUXILIAR DE LA ZONA 2

Lic. Jorge Palacios, Licda. Cristina Hernández, Pablo Pérez, Rodrigo García y Erick Zamora, por brindarme todas las facilidades para llevar a cabo el presente proyecto.





Índice

Índice de tablas	i
Índice de figuras	iii
Introducción.....	v
Antecedentes.....	vi
Justificación	vii
Capítulo 1	1
1. Diagnóstico Comunicacional	1
1.1 La Institución	1
1.2 Perfil Institucional.....	1
1.3 Ubicación geográfica	2
1.4 Integración y alianzas estratégicas.....	2
1.5 Origen e historia de la Municipalidad de Guatemala.....	3
1.6 Departamentos de la Alcaldía Auxiliar de la Zona 2, Municipalidad de Guatemala ..	4
1.7 Organigrama de la Alcaldía Auxiliar de la Zona 2.....	4
1.8 Misión de la Municipalidad de Guatemala	5
1.9 Visión de la Municipalidad de Guatemala.....	5
1.10 Objetivos Institucionales.....	5
1.11 Públicos objetivos	6
1.12 Diagnóstico	6
1.13 Objetivo general.....	6
1.13.1 Objetivos específicos:	6
1.14 Tipos de investigación:	7
1.14.1 Investigación Descriptiva.....	9
1.15 Enfoque	10
1.15.1 Tipos de Enfoque	10
1.16 Técnicas de recolección de datos.....	11



1.16.1 Observación.....	11
1.16.1.1 Tipos de observación.....	12
1.16.1.2 La observación en la Alcaldía Auxiliar de la Zona 2 de la ciudad de Guatemala.....	13
1.16.2 Documentación.....	13
1.16.3 Entrevista de profundidad	14
1.16.4 Grupos focales.....	15
1.16.5 Encuestas	15
1.17 Interpretación de resultados (Gráficas).....	17
1.18 FODA.....	31
1.19 Problemas detectados.....	31
1.20 Planteamiento del problema comunicacional	33
1.21 Indicadores de éxito	33
1.22 Proyecto a desarrollar	34
Capítulo 2	35
Plan estratégico de comunicación	35
2.1 Plan estratégico de comunicación.....	35
2.2 Misión del plan	36
2.3 Visión del plan	36
2.4 Elementos Comunicacionales	36
2.4.1 Comunicación Interna.....	36
2.4.1.1. Canales de Comunicación Interna	37
2.4.2 Comunicación externa	38
2.4.3 Comunicación	38
2.4.4 Proceso de comunicación.....	39
2.4.5 Elementos de la comunicación	40
2.4.5.1 Emisor.....	40
2.4.5.2 Receptor	40



2.4.5.3. Código o lenguaje	41
2.4.5.4. Mensaje	41
2.4.5.5 Canal de comunicación	42
2.4.5.6. Ruido	42
2.4.5.7 Retroalimentación	42
2.4.5.8 Contexto	42
2.4.6 La comunicación en un ecosistema digital	43
2.4.6.1 Internet:	44
2.4.6.2 Plataforma digital:	44
2.4.6.3 Red Social:	44
2.4.6.4 Internauta:	44
2.4.6.5 Página <i>Web</i> :	44
2.4.6.6 Sitio <i>Web</i> :	44
2.4.6.7 Diferencia entre <i>Página Web</i> y <i>Sitio Web</i> :	45
2.4.6.8 <i>Blog</i> :	45
2.4.6.9 <i>Facebook</i> :	45
2.4.6.10 <i>Twitter</i> :	45
2.4.6.11 <i>LinkedIn</i> :	45
2.4.6.12 <i>YouTube</i> :	45
2.4.6.13 <i>Email</i> :	46
2.4.6.14 <i>Aplicación</i> :	46
2.4.6.15 <i>Link</i> :	46
2.4.6.16 <i>Apps</i> :	46
2.4.6.17 <i>WhatsApp</i> :	46
2.5 Alcances y límites de la estrategia	47
2.6 Metodología para la aplicación del plan estratégico comunicacional	47
2.6.1 Objetivo de la estrategia	48
2.6.1.1 Objetivo general	48
2.6.1.2 Objetivo Específico	48



2.6.2 Acciones para conseguir los objetivos.....	48
2.6.3 Los indicadores para medir su cumplimiento.....	49
2.6.4 Los instrumentos.....	50
2.6.5 Actividades para la operatividad de la estrategia.....	50
2.7 Financiamiento.....	53
2.8 Presupuesto.....	54
2.9 Beneficiarios.....	54
2.10 Recursos humanos.....	55
2.11 Área geográfica de acción.....	56
2.12 Cuadro comparativo de la estrategia.....	56
2.13 Cronograma del plan de comunicación.....	57
Capítulo 3.....	58
Ejecución de la Estrategia.....	58
3. Informe de Ejecución:.....	58
3.1 Diseño de banner para la prevención sobre el COVID-19 para los vecinos de la Alcaldía Auxiliar de la Zona 2 de la ciudad Guatemala.....	58
3.1.1 Objetivo de la actividad.....	58
3.1.2 Medios utilizados.....	58
3.1.3 Área geográfica de impacto.....	58
3.1.4 Presupuesto.....	58
3.1.5 Comprobación del material.....	59
3.2 Capacitación virtual de fotografía utilizando un celular, dirigido a promotores y auxiliares de campo de la Alcaldía Auxiliar de la Zona 2.....	61
3.2.1 Objetivo de la actividad.....	61
3.2.2 Medios utilizados.....	61
3.2.3 Área geográfica de impacto.....	61
3.2.4 Presupuesto.....	62
3.2.5 Comprobación del material.....	62



3.3 Desarrollar un taller virtual sobre el manejar la plataforma digital <i>Facebook</i>	63
3.3.1 Objetivo de la actividad:	63
3.3.2 Medios utilizados	63
3.3.3 Área geográfica de impacto.....	64
3.3.4 Presupuesto.....	64
3.3.5 Comprobación del material	64
3.4 Actividades y calendarización	67
Conclusiones.....	68
Recomendaciones	69
Referencias	70
IV. Anexo	73





Índice de tablas

Tabla 1 ¿En qué rango de edad se encuentra?	17
Tabla 2 De los siguientes dispositivos ¿Con cuál se conecta con mayor frecuencia a internet?	18
Tabla 3 ¿Qué tipo de medio de comunicación utiliza principalmente para informarse?	19
Tabla 4¿Cuánto tiempo al día, se conecta a internet?	20
Tabla 5 ¿Con qué frecuencia consulta los diferentes medios informativos?.....	21
Tabla 6 ¿Le interesa estar informado de las actividades de la Alcaldía Auxiliar de la Zona 2?	22
Tabla 7 ¿Suele publicar comentarios en las redes sociales?.....	23
Tabla 8 ¿Qué tipo de contenido publica usted, con mayor frecuencia en su perfil de Facebook?.....	24
Tabla 9 ¿Qué gestiones le gustaría que se realizaran en la Alcaldía Auxiliar de la Zona 2?	25
Tabla 10 En la red social Facebook de la Alcaldía Auxiliar de la Zona 2 ¿Conoce que clase de noticias publican?	26
Tabla 11 ¿Le es satisfactorio el servicio que brinda la Alcaldía Auxiliar de la Zona 2?	27
Tabla 12 ¿Conoce sobre las actividades que está implementando la Alcaldía Auxiliar de la Zona 2?	28
Tabla 13 ¿De qué forma prefiere hacer sus gestiones	29
Tabla 14 ¿Cómo calificaría la atención que brinda en forma presencial.....	30
Tabla 15 Foda	31
Tabla 16 Los instrumentos	50
Tabla 17 Actividad	52
Tabla 18 Actividad	52
Tabla 19 Actividad	53



Tabla 20 Presupuesto.....	54
Tabla 21 Recurso humano	55
Tabla 22 Cuadro comparativo de la estrategia	56
Tabla 23 Cronograma del plan de comunicación	57
Tabla 24 Actividades y calendarización.....	67





Índice de figuras

Figura 1	Perímetro zona 2 ciudad de Guatemala.....	2
Figura 2	Organigrama Alcaldía Auxiliar Zona 2.....	4
Figura 3	La muestra.....	16
Figura 4	¿En qué rango de edad se encuentra?.....	17
Figura 5	De los siguientes dispositivos ¿Con cuál se conecta con mayor frecuencia a internet?.....	18
Figura 6	¿Qué tipo de medio de comunicación utiliza principalmente para informarse? ..	19
Figura 7	¿Cuánto tiempo al día, se conecta a internet?.....	20
Figura 8	¿Con qué frecuencia consulta los diferentes medios informativos?	21
Figura 9	¿Le interesa estar informado de las actividades de la Alcaldía Auxiliar de la Zona 2?	22
Figura 10	¿Suele publicar comentarios en las redes sociales?	23
Figura 11	¿Qué tipo de contenido publica usted, con mayor frecuencia en su perfil de Facebook?.....	24
Figura 12	¿Qué gestiones le gustaría que se realizaran en la Alcaldía Auxiliar de la Zona 2?	25
Figura 13	En la red social Facebook de la Alcaldía Auxiliar de la Zona 2.....	26
Figura 14	¿Le es satisfactorio el servicio que brinda la Alcaldía Auxiliar de la Zona 2? ..	27
Figura 15	¿Conoce sobre las actividades que está implementando la Alcaldía Auxiliar de la Zona 2?	28
Figura 16	¿De qué forma prefiere hacer sus gestiones o tramites en la Alcaldía Auxiliar de la Zona 2?	29
Figura 17	¿Cómo calificaría la atención que brinda en forma presencial en la Alcaldía Auxiliar de la Zona 2?	30



Figura 18 Proceso de la comunicación	39
Figura 19 ecosistema digital	43
Figura 20 Banners publicados en <i>Facebook</i>	59
Figura 21 Banners publicados en <i>Facebook</i>	60
Figura 22 Captura de imagen, capacitación virtual de fotografía.....	62
Figura 23 Captura de imagen, capacitación virtual de fotografía.....	62
Figura 24 Captura de imagen, capacitación virtual de fotografía.....	63
Figura 25 Captura de imagen, taller virtual sobre <i>Facebook</i>	64
Figura 26 Captura de imagen, taller virtual sobre <i>Facebook</i>	65
Figura 27 Captura de imagen, taller virtual sobre <i>Facebook</i>	65
Figura 28 Captura de imagen, taller virtual sobre <i>Facebook</i>	66
Figura 29 Modelo de la entrevista	73
Figura 30 Encuesta a los vecinos, pregunta del uno al cuatro	74
Figura 31 Encuesta a los vecinos, pregunta del cinco al ocho	75
Figura 32 encuesta a los vecino, pregunta del nueve al doce	76
Figura 33 Reunión dentro de las instalaciones de la Alcaldía Auxiliar Zona 2	76
Figura 34 Fotografía de las instalaciones de la Alcaldía Auxiliar Zona 2	77
Figura 35 Cotización taller de fotografía.....	77
Figura 36 Bitácora de observación	78
Figura 37 Plan estratégico de la Alcaldía Auxiliar Zona 2.....	79
Figura 38 Página de la Alcaldía Auxiliar Zona 2	80



Introducción

La comunicación entre la Alcaldía Auxiliar y los vecinos Zona 2 amerita ser estudiada, debido a la cantidad de vecinos que hay actualmente y no cuentan con las vías de comunicación necesarias para informarse acerca de los acontecimientos y actividades sociales en la comunidad. Por tal motivo, y con el propósito de mejorar las vías de comunicación entre los vecinos y la Alcaldía Auxiliar de la Zona 2, se realizó el proceso de diagnóstico de la comunicación interna y externa a través de las plataformas digitales de la Alcaldía Auxiliar de la Zona 2 de la Municipalidad de Guatemala.

El plan estratégico define también las acciones necesarias para lograr esa comunicación. Entonces dicho plan es una propuesta a futuro tomando en cuenta que no hay que preverlo sino crearlo. El objetivo de la planificación debería ser diseñar un futuro deseable y trazar el camino para conseguirlo. El objetivo principal es describir la comunicación que hay actualmente entre la municipalidad y sus vecinos, promover las herramientas de comunicación para mejorar e informar, a través de las herramientas virtuales, haciendo los flujos de comunicación entre las colonias y barrios de la zona 2.

Por aparte, en el diagnóstico y la estrategia de comunicación se detallan los elementos necesarios para la elaboración del Ejercicio Profesional Supervisado (EPS), el método utilizado, sus objetivos, la técnica y métodos de investigación, los instrumentos y la muestra de objeto de estudio. Posteriormente se presentó la descripción, análisis de resultados y conclusiones. En seguida se desarrolló la propuesta de comunicación para la Alcaldía Auxiliar Zona 2 y al final se encuentra la E-grafía y Referencia, anexos y encuesta.

Debido a que no todos los vecinos de la zona 2 conocen las actividades, acontecimientos y proyectos sociales que su alcaldía auxiliar realiza durante el año, es de suma importancia la realización un Diagnóstico y Estrategia de Comunicación de la Alcaldía Auxiliar de la Zona 2, en la ciudad de Guatemala 2021.



Antecedentes

En la Alcaldía Auxiliar de la Zona 2, no existe ninguna tesis previa de comunicación, por lo cual este diagnóstico y estrategia, se convierte en el primero en desarrollarse en esta institución de servicio público.

Como antecedentes de estudios previos sobre comunicación en el ámbito municipal, se consultó la tesis, Diagnóstico de Comunicación Interna en Municipalidad de Villa Canales de Laura Jazmín Aguilar Quiñonez (ECC, USAC, 2014) previo a optar al título de Licenciada en Ciencias de la Comunicación.

En dicha tesis se concluyó que existe una necesidad de motivar la participación del empleado municipal en las reuniones de trabajo, para mejorar la relación inter laboral y se proyectó en mejor servicio al vecino.

Posteriormente se consultó la tesis, Diagnóstico y Propuesta de Comunicación Externa para la Municipalidad del Municipio de Santa Cruz Naranjo del departamento de Santa Rosa de Pablo Roberto Morales Paáu (ECC, USAC, 2016) previo al título de Licenciado en Ciencias de la Comunicación.

En el trabajo anteriormente descrito, se concluyó que la comunicación externa es deficiente, debido a que los vecinos del Municipio de Santa Cruz Naranjo, desconocen los proyectos, gestiones, y como son invertidos sus impuestos y actividades que realiza la municipalidad.

La Alcaldía Auxiliar de la Zona 2, cuenta con página oficial en la red social *Facebook* y publica información propia de la Alcaldía Auxiliar como de la Alcaldía Municipal de Guatemala. La persona encargada de administrarla no está especializada en medios digitales.



Justificación

El presente trabajo es parte del Ejercicio Profesional Supervisado, EPS, para optar al título de Licenciado en Ciencias de la Comunicación, el cual se desarrolló en la Alcaldía Auxiliar de la Zona 2 de la ciudad de Guatemala, entre los meses de febrero a septiembre del año 2021.

La Municipalidad es el ente del Estado responsable del Gobierno del municipio, es una institución autónoma, es decir no depende del Gobierno Central. Se encarga de realizar y administrar los servicios que necesita una ciudad o un pueblo y surgió a la vida según lo preceptuado en la Constitución Política de la República de Guatemala y el Código Municipal, Decreto número 12-2002 del Congreso de la República de Guatemala y sus Reformas Decretos Números: 55-2002, 90-2005, 22-2010 y 14-2012.

La función principal de la Municipalidad es la planificación, el control y evaluación del desarrollo y crecimiento de su territorio. También se presta especial atención a los aspectos sociales por lo que busca contribuir a mejorar la calidad de vida de los vecinos.

Es de suma importancia conocer el desarrollo de la comunicación institucional gubernamental, partiendo desde la investigación y desarrollo de un plan para obtener el principal objetivo que es el fortalecimiento de los canales de comunicación, entre las autoridades y los vecinos.

El presente diagnóstico y estrategia de comunicación evidenció que los vecinos de la Alcaldía Auxiliar de la Zona 2, utilizan diariamente las redes sociales, lo cual se puede aprovechar como un medio de comunicación e información entre la institución y los usuarios.



Actualmente el mundo está siendo afectado a causa de la emergencia sanitaria COVID-19, la necesidad de las personas por mantenerse comunicados e informados, ha provocado que muchas de ellas utilicen las redes sociales como los principales medios informativos.

Por lo anterior es importante que en la Alcaldía Auxiliar de la Zona 2, se cuente con un plan estratégico de comunicación externa, el cual traslade a los vecinos las actividades y proyectos que realiza la institución.





Capítulo 1

1. Diagnóstico Comunicacional

1.1 La Institución

Alcaldía Auxiliar Zona 2, de la Municipalidad de Guatemala.

1.2 Perfil Institucional

La Alcaldía Auxiliar de la Zona 2, como bien lo dice auxilia a la municipalidad de Guatemala en la zona 2 de la ciudad capital y es función de la Administración Municipal revisar, evaluar y reorientar las funciones y atribuciones de las distintas dependencias municipales, de tal forma que sean aprovechados de mejor manera los recursos humanos, técnicos, materiales y financieros disponibles que garanticen el buen funcionamiento de la institución encaminados a cumplir con las estrategias, planes, programas y proyectos a corto, mediano y largo plazo.

El fundamento legal que da vida a la municipalidad y sus alcaldías auxiliares es:

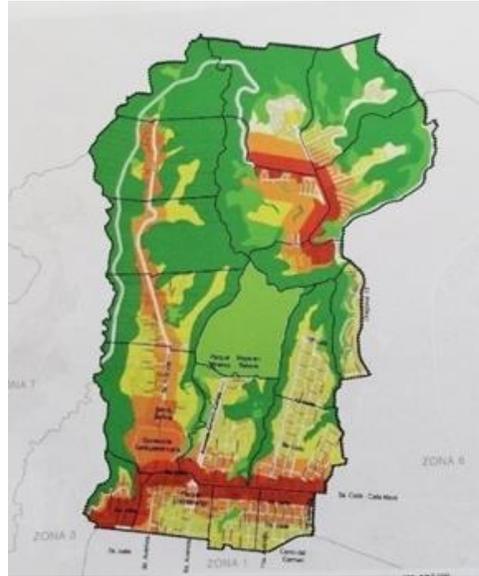
Los Municipios de la República de Guatemala son instituciones autónomas y en el Artículo 254.- Gobierno municipal. (Reformado). El gobierno municipal será ejercido por un concejo el cual se integra con el alcalde, los síndicos y concejales, electos directamente por sufragio universal y secreto para un período de cuatro años, pudiendo ser reelectos, Constitución Política de la República de Guatemala y Código Municipal, Decreto número 12-2002 del Congreso de la República de Guatemala, sus Reformas Decretos, número: N55-2002, 90-2005, 22-2010 y 14-2012(Código Municipal, 2021).



1.3 Ubicación geográfica

La Alcaldía Auxiliar de la Zona 2, está localizada en la 3a. Avenida 3-39 Barrio Jocotenango zona 2 (a un costado de McDonald's Zapote) con número de Teléfono: 22530359 y Correo electrónico: alcaldíaauxiliarz2@gmail.com

FIGURA 1 PERÍMETRO ZONA 2 CIUDAD DE GUATEMALA



Fuente: Plan de mejoramiento urbano de la Alcaldía Auxiliar Zona 2

1.4 Integración y alianzas estratégicas

Establecimiento de alianzas estratégicas (nacionales e internacionales), para el fortalecimiento de las acciones municipales, las alianzas estratégicas constituyen un pilar fundamental que suma a las actividades y proyectos que ejecuta la Municipalidad de Guatemala. Actualmente se continúa la relación con organizaciones municipales, municipios y ciudades a través de hermanamientos y fortalecimiento de las relaciones institucionales con instituciones nacionales y extranjeras.



La Unión de Ciudades Capitales Iberoamericanas (UCCI), constituye desde 1982, una alianza estratégica, a través de la cual se da la participación a representantes de la Municipalidad de Guatemala en eventos relacionados con las actividades municipales de países iberoamericanos que permite el intercambio de experiencias y conocimientos, capacitación e interlocución con otras municipalidades miembros de esta organización.

Las actividades que realizó la municipalidad de Guatemala, como miembros de la Unión de Ciudades Capitales Iberoamericanas (UCCI), en el año 2019 participó enviando funcionarios municipales a diferentes comités sectoriales, así como de anfitriona de cara a la nominación como Capital Verde Iberoamericana.

1.5 Origen e historia de la Municipalidad de Guatemala

Con relación a la historia se remonta a varios años según:

Guatemala se encuentra la historia desde 1530 también era conocido como Valle de Las Vacas. Tras los terremotos de Santa Marta que destruyeron parcialmente la ciudad de Santiago de los Caballeros, el 29 de julio de 1773, hoy Antigua Guatemala. El presidente de la Real Audiencia de Guatemala, Don Martín de Mayorga, propone trasladar la Ciudad. A partir de esta fecha, el 21 de septiembre de 1775, el Rey Carlos III emitió el Reglamento de Traslación de la ciudad al Valle de la Virgen o de la Ermita, después de haberse realizado los estudios pertinentes, que incluían los valles de Jalapa y Jumay. Es así como, por Real Cédula dada en Aranjuez el 23 de mayo de 1776 y promulgada aquí el 22 de octubre de ese mismo año, la ciudad que se fundó recibió a partir de entonces el título de Nueva Guatemala de la Asunción, mandándose a la vez que quedasen abolidos todos los nombres y títulos que hasta aquel día se habían usado. Los tribunales reales, las órdenes religiosas, la universidad, la catedral Metropolitana y gran cantidad de vecinos, se inicia así la Nueva Ciudad de Guatemala (Municipalidad de Guatemala, 2021).

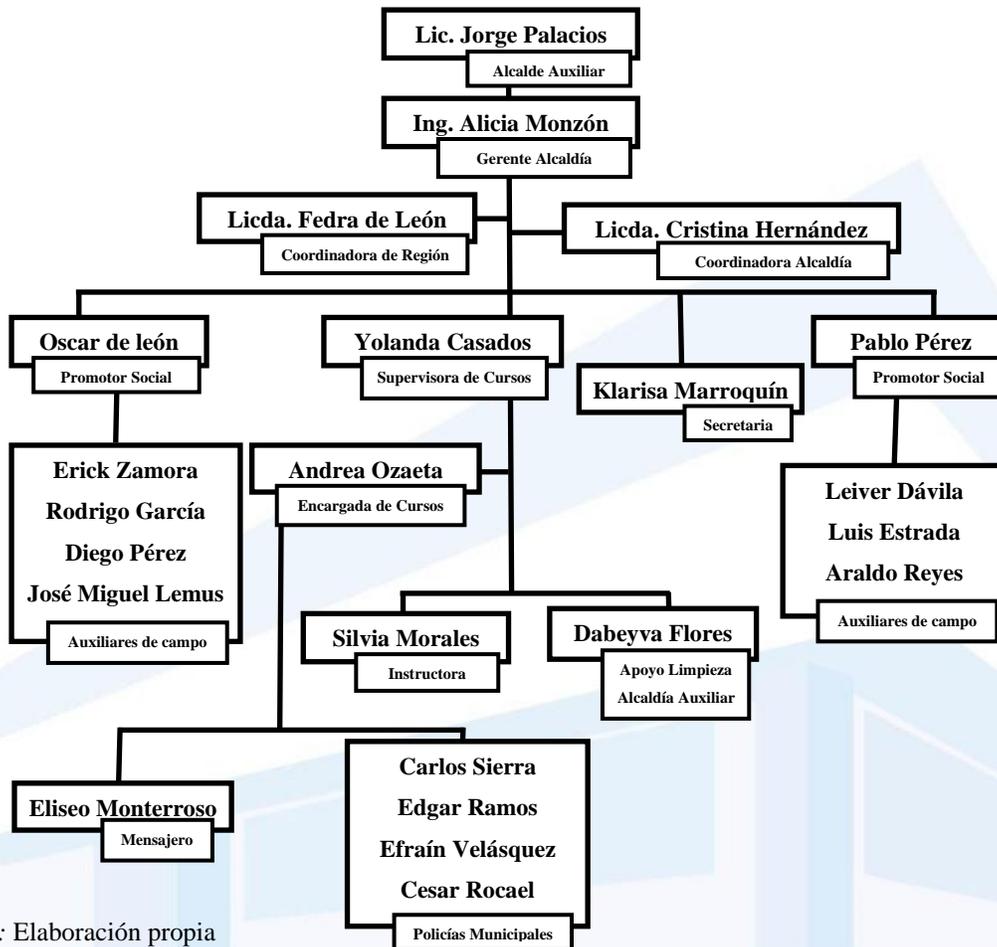


1.6 Departamentos de la Alcaldía Auxiliar de la Zona 2, Municipalidad de Guatemala

La Alcaldía Auxiliar de la Zona 2, de la ciudad de Guatemala, cuenta con varios departamentos y varios cargos, en primera instancia cuenta con el Alcalde Auxiliar, Gerente Alcaldía Auxiliar, Coordinadora de Región, Coordinadora Alcaldía Auxiliar, Promotores Sociales, Secretaria, Apoyo Limpieza Alcaldía Auxiliar, Supervisora de Cursos, Auxiliares de Campo entre otros, cada uno de ellos tiene a su cargo personal, equipo y mobiliario para realizar su trabajo, el organigrama se conforma por 23 cargos, que se compone de 8 mujeres y 15 hombres.

1.7 Organigrama de la Alcaldía Auxiliar de la Zona 2

FIGURA 2 ORGANIGRAMA ALCALDÍA AUXILIAR ZONA 2



Fuente: Elaboración propia



1.8 Misión de la Municipalidad de Guatemala

Ofrecer a los habitantes del municipio las condiciones que les generen una mejor calidad de vida y las oportunidades necesarias para propiciar la inversión productiva, por medio de acciones que impulsen la eficiencia en la prestación de los servicios públicos municipales y una convivencia armónica. (Guatemala Capital Iberiamericana de la Cultura, 2021).

1.9 Visión de la Municipalidad de Guatemala

Planificando la ciudad del futuro, construyendo la ciudad para vivir. Somos una ciudad diversa, ideal para vivir; que dignifica a la persona, a la familia y a la sociedad. Nuestra vivienda, nuestro trabajo y nuestro esparcimiento se han armonizado; nuestros corredores de movilidad se han humanizado y nuestro ambiente es saludable. Nuestra ciudad provee espacios públicos generosos. Nuestros barrios cuentan con servicios y equipamiento de beneficio social que promueve una alta calidad de vida para todos. Nuestra ciudad con innovación y creatividad genera oportunidades de trabajo. En condiciones óptimas impulsa la equidad social y fortalece una convivencia en armonía. Atiende los retos de hoy y está comprometida en el futuro de sus ciudadanos (Municipalidad de Guatemala, 2021)

1.10 Objetivos Institucionales

Establecer el desarrollo urbano y orientar las actuaciones municipales en la zona 2, enfocándose en la persona, la familia y la comunidad; potenciando sus oportunidades y promocionando su potencial social.

La Municipalidad de Guatemala ha diseñado dentro de sus objetivos operativos acciones para promover el desarrollo urbano barrial, mediante intervenciones orientadas al mantenimiento e innovación de la infraestructura municipal, con el fin de satisfacer las necesidades de los vecinos, las cuales son realizadas a través de sus respectivas alcaldías auxiliares. (Memoria de labores Municipalidad de Guatemala, 2021).



1.11 Públicos objetivos

La Municipalidad de Guatemala en conjunto con la Alcaldía Auxiliar de la Zona 2, proporciona a todos los vecinos, los servicios básicos necesarios con el afán de brindar calidad de vida, no importando la diversidad étnica, edad o género.

1.12 Diagnóstico

Diagnóstico de la comunicación interna de la Alcaldía Auxiliar Zona 2, nos permite tener el conocimiento amplio de la situación en la que se quiere incidir, examina antecedentes y detecta problemas desconocidos.

Diagnóstico comunicacional implica describir, analizar, sistematizar e interpretar datos vinculados con la comunicación de la organización o institución hacia su interior y con el entorno; permite conocer la naturaleza del problema o la necesidad comunicacional que tiene la organización o institución y abre el camino para diseñar propuestas de acción concretas para superarlo. (Enz, 2012, pág. 87)

1.13 Objetivo general

Evaluar el proceso de la comunicación en la Alcaldía Auxiliar de la Zona 2 de la Municipalidad de Guatemala.

1.13.1 Objetivos específicos:

1. Analizar los canales de comunicación interna y externa de la Alcaldía Auxiliar.
2. Conocer el grado de aceptación de lo que se publica en la plataforma digital *Facebook* de la Alcaldía Auxiliar.



3. Determinar el grado de aceptación de la interacción de la red social *Facebook* a los vecinos de la zona 2, en comparación con otras redes sociales que utilizan.

1.14 Tipos de investigación:

La investigación es el conjunto de métodos que se aplican para conocer un asunto o problema en profundidad y generar nuevos conocimientos en el área en la que se está aplicando, que permite comprobar o descartar hipótesis con parámetros fidedignos, 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. (Significados, 2021)

Existen varios tipos de investigación que se clasifican dependiendo de su objetivo, profundidad del estudio que se va a realizar, por ejemplo:

Según su propósito

Investigación teórica: tiene por objetivo la generación de conocimiento, sin importar su aplicación práctica.

Investigación aplicada: en este caso, el objetivo es encontrar estrategias que puedan ser empleadas en el abordaje de un problema específico. La investigación aplicada se nutre de la teoría para generar conocimiento práctico y su uso es muy común en ramas del conocimiento como la ingeniería o la medicina.

Según su nivel de profundización

Investigación exploratoria: se utiliza cuando el objetivo es realizar una primera aproximación a un asunto desconocido o sobre el que no se ha investigado lo suficiente.

Investigación descriptiva: se encarga de describir las características de la realidad a estudiar con el fin de comprenderla de manera más exacta.



Investigación explicativa: es el tipo de investigación más común y se encarga de establecer relaciones de causa y efecto que permitan hacer generalizaciones que pueden extenderse a realidades similares.

Investigación cualitativa: se utiliza frecuentemente en ciencias sociales. Tiene una base lingüístico-semiótica y se aplica en técnicas como el análisis del discurso, entrevistas abiertas y observación participante.

Investigación cuantitativa: profundiza los fenómenos a través de la recopilación de datos y se vale del uso de herramientas matemáticas, estadísticas e informáticas para medirlos. Esto permite hacer conclusiones generalizadas que pueden ser proyectadas en el tiempo.

Según el grado de manipulación de variables

Investigación experimental: se trata de diseñar o replicar un fenómeno cuyas variables son manipuladas en condiciones controladas.

Investigación no experimental: a diferencia del método experimental, las variables no son controladas y el análisis del fenómeno se basa en la observación dentro de su contexto natural.

Investigación cuasi experimental: controla solo algunas variables del fenómeno a estudiar, por ello no llega a ser totalmente experimental.

Según el tipo de inferencia

Investigación deductiva: la realidad se explica a partir de leyes generales que apuntan hacia conclusiones particulares. Se espera que las conclusiones formen parte de las premisas del problema, por lo tanto, si las premisas son correctas y el método inductivo es aplicado adecuadamente, la conclusión también será correcta.



Investigación inductiva: en este tipo de investigación, el conocimiento se genera a partir de lo particular para llegar a una generalización. Se basa en la recolección de datos específicos para poder crear nuevas teorías.

Investigación hipotética-deductiva: se basa en la observación de la realidad para crear una hipótesis. Luego, se aplica una deducción para obtener una conclusión y, finalmente se verifica o descarta a través de la experiencia.

Investigación longitudinal: implica el seguimiento de un evento, individuo o grupo durante un período claramente definido.

Investigación transversal: se aplica para observar los cambios ocurridos en los fenómenos, individuos o grupos durante un momento concreto. (Significados, 2021)

1.14.1 Investigación Descriptiva

Tal como afirma (Collado, 2014) “Con los estudios descriptivos se busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis” (pág. 92). Su objetivo es describir la naturaleza de un segmento demográfico, sin centrarse en las razones por las que se produce un determinado fenómeno. Es decir, “describe” el tema de investigación.

Por esta razón se utilizó la investigación descriptiva en el presente proyecto, porque define las características de los encuestados, el objetivo de utilizar preguntas cerradas, abiertas y de opción múltiple es obtener conclusiones concretas de los encuestados, encontrar patrones, rasgos y comportamientos, también podríamos obtener las actitudes u opiniones de los encuestados sobre las actividades y servicios de la Alcaldía Auxiliar de la Zona 2.



1.15 Enfoque

El enfoque de una investigación, se refiere a la naturaleza del estudio, la cual se clasifica como cuantitativa, cualitativa o mixta; y abarca el proceso investigativo en todas sus etapas, desde la definición del tema y el planteamiento del problema de investigación, hasta el desarrollo de la perspectiva teórica, la definición de la estrategia metodológica, y la recolección, análisis e interpretación de los datos.

1.15.1 Tipos de Enfoque

Algunos aspectos que son clave para comprender la comparación de los enfoques cuantitativo y cualitativo de investigación científica encontramos la siguiente clasificación:

Enfoque Cuantitativo: Parte del estudio del análisis de datos numéricos, a través de la estadística, para dar solución a preguntas de investigación o para refutar o verificar una hipótesis.

Enfoque Cualitativo: Parte del estudio de métodos de recolección de datos de tipo descriptivo y de observaciones para descubrir y explicar el comportamiento de un grupo objetivo.

Enfoque Mixto: Consiste en la integración de los métodos cuantitativos y cualitativos, a partir de los elementos que integran la investigación. (Investigación, 2021)

Por esta razón se utilizó la investigación descriptiva con enfoques cualitativos y cuantitativos.



1.16 Técnicas de recolección de datos

La recolección de datos son métodos por los cuales las empresas o instituciones recopilan y miden la información de diversas fuentes a fin de obtener un panorama completo, responder preguntas importantes y evaluar sus resultados.

Las técnicas que se utilizaron fueron:

Observación: para conocer el comportamiento del objeto de estudio de forma directa, la observación es una buena metodología y es una forma discreta y sencilla de recabar información. De esta manera, realicé una bitácora de observación para anotar la información obtenida.

Documentación: se recopiló información de: a) Plan Estratégico de la Alcaldía Auxiliar de la Zona 2; b) Plan de Mejoramiento Urbano Zona 2; c) página *web* de la Municipalidad de Guatemala; d) Red social *Facebook* de la Alcaldía Auxiliar.

Encuesta –Entrevista: obtener datos directamente de los sujetos de estudio a fin de conseguir opiniones o sugerencias de ellos mismos. Para lograr los resultados se encuestó a vecinos y se entrevistó a colaboradores de la Alcaldía Auxiliar de la Zona 2 con el fin de obtener información relevante para el presente proyecto.

1.16.1 Observación

Para cualquier investigación la observación consiste en la recopilación directa de datos a partir del trabajo de campo es una tarea descriptiva “La observación es la técnica de recogida de la información que consiste básicamente, en observar, acumular e interpretar las actuaciones, comportamientos y hechos de las personas” (Concepto, Definiciones, 2021).



1.16.1.1 Tipos de observación.

Encontramos la siguiente clasificación:

- a) Observación directa: Se produce cuando el investigador está en contacto sin intermediarios con el fenómeno a observar.
- b) Observación indirecta: Cuando es imposible estar en contacto con el fenómeno a investigar, se puede observar a través de otros elementos cercanos o mediante su contexto.
- c) Observación no participante: El investigador no interviene en lo observado y su presencia no necesita ser tomada en consideración en el análisis de la información obtenida.
- d) Observación participante: El investigador sí interviene y forma parte de lo observado, alterando la información recogida y debiendo ser tomado en cuenta en el análisis.
- e) Observación asistémica: No sigue ningún sistema ni método, sino que se basa en la apreciación libre del fenómeno por parte del investigador.
- f) Observación semisistémica: Involucra ya un cierto nivel de predeterminación en lo observado.
- g) Observación sistémica: Intenta agrupar la información obtenida mediante la observación de acuerdo a criterios fijados a priori, aplicando una metodología y con un horizonte de resultados esperados.
- h) Observación de campo o naturalista: Se produce directamente en la naturaleza o en el contexto dado del fenómeno que se observa.



- i) Observación de laboratorio o controlada: Se lleva a cabo en un ambiente controlado en el que las variables que intervienen en el fenómeno están conocidas de antemano y pueden ser modificadas a voluntad. (concepto, 2021)

Por tal razón se utilizó la observación no participativa, ya que el comunicador no intervino en los resultados y su presencia no fue necesaria, para no tergiversar la información.

1.16.1.2 La observación en la Alcaldía Auxiliar de la Zona 2 de la ciudad de Guatemala

Se realizó la observación en la investigación cuantitativa y cualitativa utilizando una bitácora de observación y se obtuvo información en relación a las distintas necesidades comunicacionales.

En este estudio de observación, se identificaron algunas necesidades comunicacionales internas y externas, pero podemos describir las más importantes, resaltando que el observador solo es participante y que la descripción de lo detallado solo es con fines educativos y para futuras consideraciones de beneficio.

- La emergencia sanitaria alteró horarios de ingresos y egresos de los colaboradores por órdenes presidenciales y conllevó a la suspensión de labores al inicio de la pandemia.
- Desinterés en los usuarios en algunas publicaciones de la alcaldía en la plataforma digital *Facebook*.
- La falta de seguidores en publicidad que se realizan y hacen referencia a las actividades de la alcaldía auxiliar.
- Se encontró una barrera de comunicación virtual.
- No existe un departamento de comunicación específico para la alcaldía auxiliar.

1.16.2 Documentación

Para consultas, documentación e información se obtuvo de diferentes medios, en su mayoría electrónicos, libros, formato de documento portátil (*PDF*), entre otros que llevan vinculación



directa y datos públicos de la alcaldía municipal, comunicación externa y de redes sociales, para recabar la información de soporte para el presente Diagnóstico.

"Está fundamentado que, sin la comunicación el ser humano no se hubiera superado como lo ha hecho actualmente, el avance en su vida sería poco, si no es que nulo". Tesis sobre la comunicación externa de la Municipalidad de San Miguel Petapa de Lorena Stefany Salazar Talé. 2016. Página: 6

"Comunicación externa el cual permita la creación de canales y herramientas comunicacionales, las cuales estén al alcance de los pobladores y que sirvan para manifestar sus inquietudes, así como propuestas que busquen el bienestar de la comunidad". Tesis de diagnóstico y propuesta de comunicación externa para la municipalidad del Municipio de Santa Cruz Naranjo del Departamento de Santa Rosa de Pablo Roberto Morales Paáu. 2016. Página 8.

1.16.3 Entrevista de profundidad

La entrevista se realizó con el fin de conocer a profundidad sobre la comunicación interna y externa, los procesos y los canales de comunicación en estos tiempos de COVID-19, se realizó la entrevista a la Coordinadora de la Alcaldía Auxiliar de la Zona 2, Licenciada Cristina Hernández, quien manifestó:

“tengo varios años de trabajar para la Municipalidad de Guatemala y considero que sí hay buena divulgación de la información hacia los vecinos y la alcaldía auxiliar. La Municipalidad ha lanzado algunas campañas de prevención y mitigación de la pandemia y la encargada de lanzar la información es la Dirección de Comunicación Social y es la que promueve todos esos proyectos, los vecinos por medio de las redes sociales se han acercado para realizar algunas gestiones puntuales”

¿Cree usted que la atención que presta a los vecinos de la zona 2, cumple con la cartera de servicios?



No, falta aún promover todos los servicios que presta la Municipalidad de Guatemala a través de la Alcaldía Auxiliar, es importante continuar divulgando todas las actividades de la Alcaldía Auxiliar de la Zona 2.

1.16.4 Grupos focales

Consiste en llevar a cabo una reunión donde las personas puedan opinar y resolver un tema en específico. Una de las cualidades de esta herramienta es la posibilidad de obtener diversas perspectivas sobre un mismo tema para llegar a la solución más adecuada.

- No se realizó grupo focal por el tiempo de pandemia, con el objeto de guardar el distanciamiento social y evitar el contagio del COVID-19.

1.16.5 Encuestas

La encuesta es una técnica que se lleva a cabo mediante la aplicación de un cuestionario a una muestra de personas, las encuestas proporcionan información sobre las opiniones, actitudes y comportamientos de los ciudadanos.

Se realizó una encuesta de forma virtual en la aplicación *Google Forms* a un grupo de seguidores de la plataforma digital *Facebook* de la Alcaldía Auxiliar Zona 2, de los cuales 11,316 seguidores fue el universo, y de los cuales 372 fueron la muestra finita. La fórmula se explica a continuación.

Al momento de la aplicación de la encuesta los usuarios ingresaban a la red social de *Facebook* de la Alcaldía Auxiliar Zona 2, en la cual fue publicado un *link* el cual direccionaba al usuario hacia el formato de encuesta para ser llenada, al terminar de llenar la misma mediante la opción enviar era remitida a la base de datos donde se almacenaba, posteriormente fueron tabulados los datos, mismos que se detallan en el presente informe.



FIGURA 3 LA MUESTRA

Considerando el Universo Finito
Formula de Cálculo

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

Donde

- Z=** Nivel de confianza (correspondiente con tabla de valores de z)
- p=** Porcentaje de la población que tiene el atributo deseado
- q=** Porcentaje de la población que no tiene el atributo deseado = 1-p
Nota: cuando no hay indicación de la población que posee o no el atributo, se asume 50% para p y 50% para q
- N=** Tamaño del universo (se conoce puesto que es finito)
- e=** Error de estimación máxima aceptado
- c=** Tamaño de la muestra

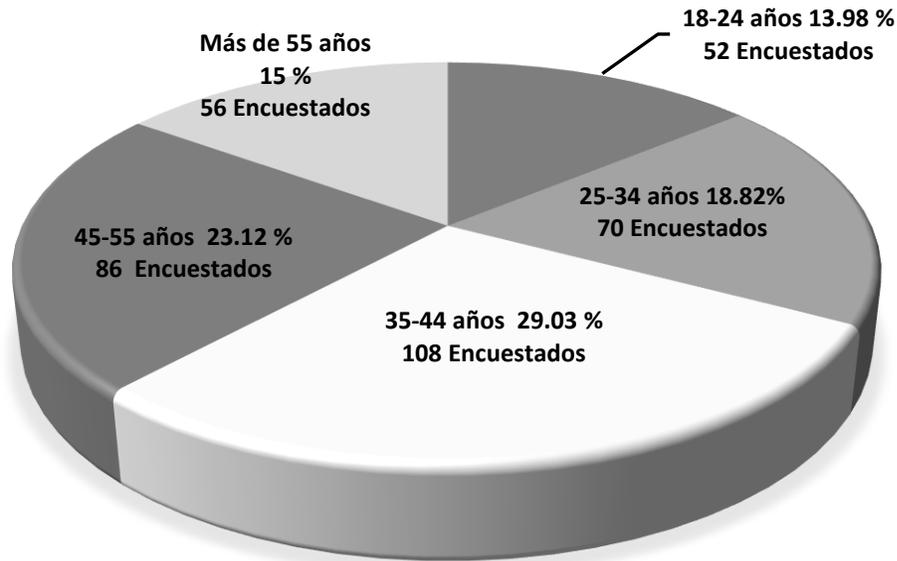
Fuente: Elaboración propia



1.17 Interpretación de resultados (Gráficas)

Figura 4 ¿En qué rango de edad se encuentra?

18-24 años, 25-34 años, 35-44 años, 45-55 años, más de 55 años.



Fuente: Elaboración propia

Tabla 1 ¿En qué rango de edad se encuentra?

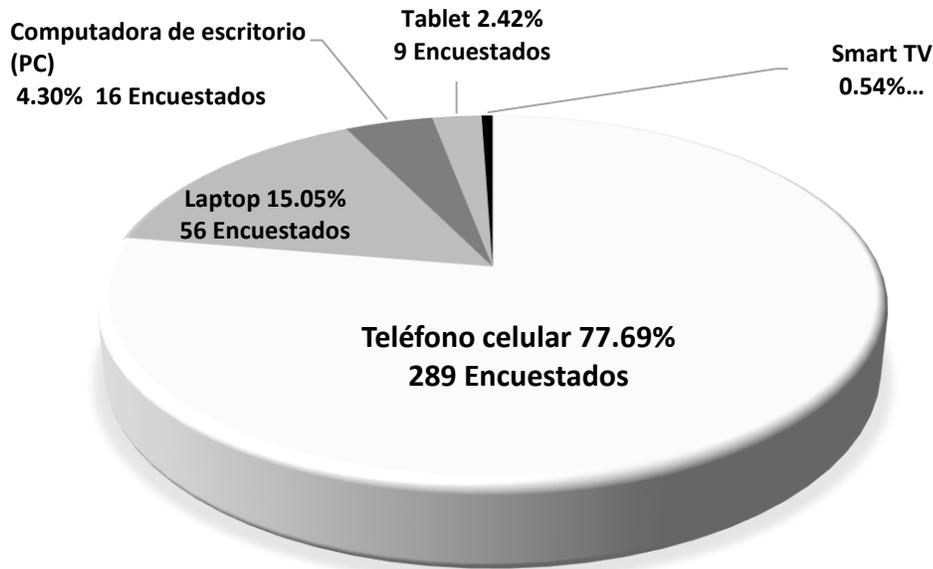
Parámetro	Cantidad	Porcentaje
18-24 años	52	13.98%
25-34 años	70	18.82%
35-44 años	108	29.03%
45-55 años	86	23.12%
Más de 55 años	56	15%
Muestra	372	100.00%

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo a la figura cinco, se registraron las edades promedio de la población adulta de los vecinos de la zona 2 de la ciudad de Guatemala, donde se obtuvieron respuestas en las cuales predominaron las edades de 35-44 años. De 108 encuestados de una muestra de 372, que utilizan la red social *Facebook* y que realizan algunas gestiones de interés en la alcaldía auxiliar.



Figura 5 De los siguientes dispositivos ¿Con cuál se conecta con mayor frecuencia a *internet*?



Fuente: Elaboración propia

Tabla 2 De los siguientes dispositivos ¿Con cuál se conecta con mayor frecuencia a *internet*?

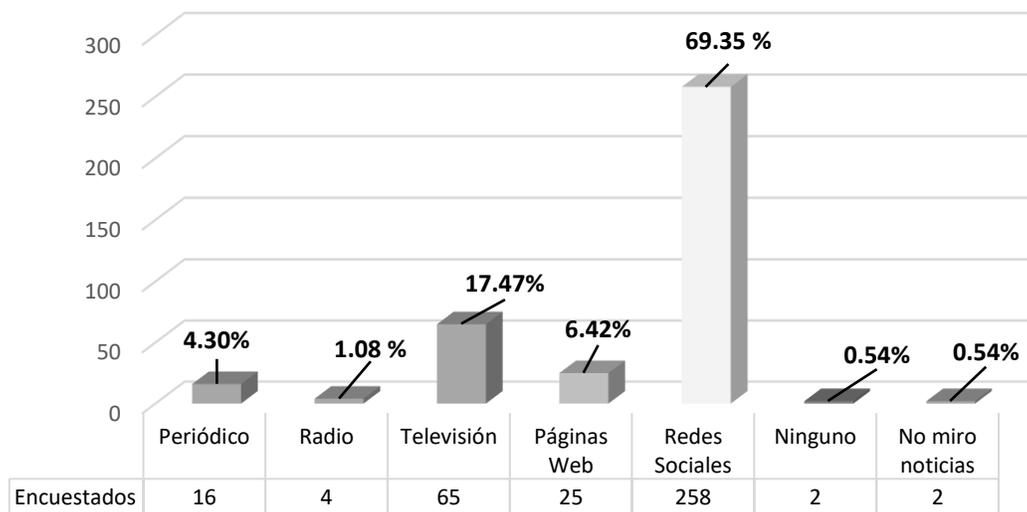
Parámetro	Cantidad	Porcentaje
Teléfono celular	289	77.69%
Laptop	56	15.05%
Computadora de escritorio (PC)	16	4.30%
Tablet	9	2.42%
Smart TV	2	0.54%
Muestra	372	100.00%

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo a la figura seis, se registró que los vecinos de la zona 2 de la ciudad de Guatemala, se conectan con mayor frecuencia utilizando el teléfono celular con *internet*. Según 289 encuestados de una muestra de 372.



Figura 6 ¿Qué tipo de medio de comunicación utiliza principalmente para informarse?



Fuente: Elaboración propia

Tabla 3 ¿Qué tipo de medio de comunicación utiliza principalmente para informarse?

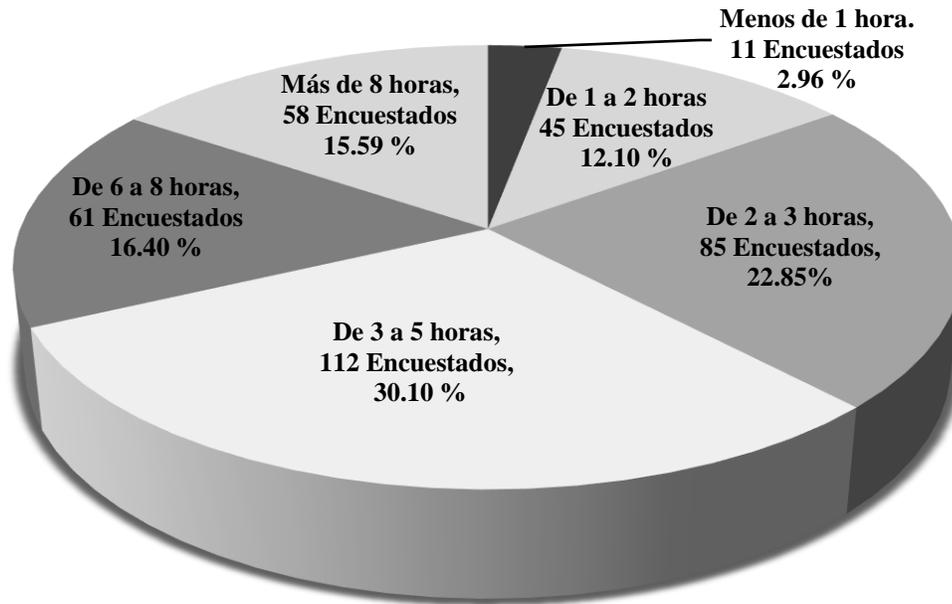
Parámetro	Cantidad	Porcentaje
Periódico	16	4.30 %
Radio	4	1.08 %
Televisión	65	17.47 %
Páginas Web	25	6.72 %
Redes Sociales	258	69.35 %
Ninguno	2	0.54 %
No miro noticias	2	0.54 %
Muestra	372	100.00 %

Fuente: Elaboración propia

Según la figura siete, se registró que en la zona 2 de la ciudad de Guatemala, las redes sociales es el medio más utilizado por los vecinos, con 258 encuestados de una muestra de 372, para estar informado del acontecer nacional e internacional.



Figura 7 ¿Cuánto tiempo al día, se conecta a *internet*?



Fuente: Elaboración propia

Tabla 4¿Cuánto tiempo al día, se conecta a *internet*?

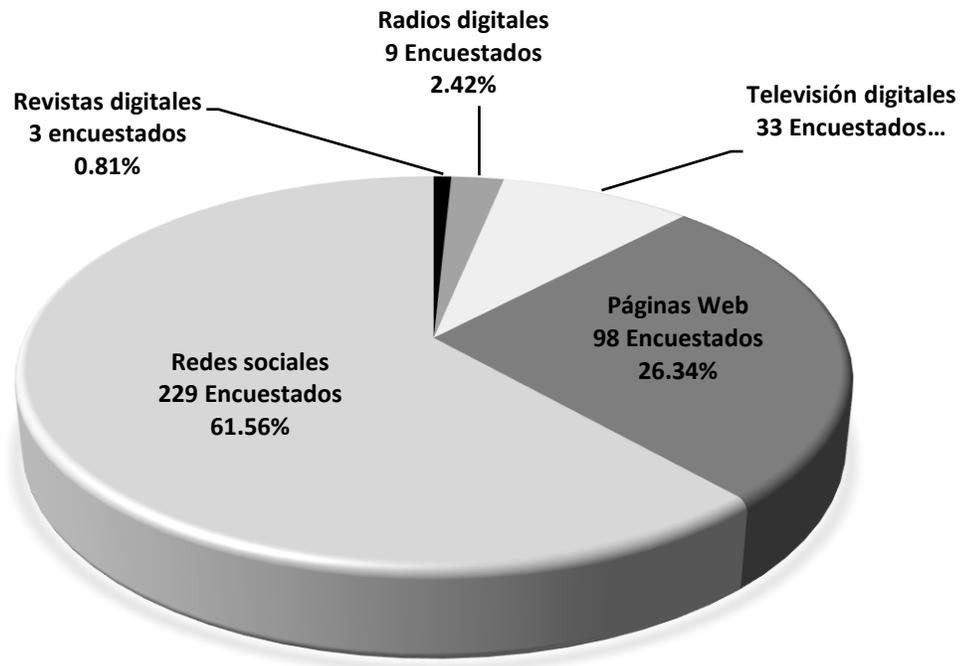
Parámetro	Encuestados	Porcentaje
Menos de 1 hora	11	2.96 %
De 1 a 2 horas	45	12.10 %
De 2 a 3 horas	85	22.85 %
De 3 a 5 horas	112	30.10 %
De 6 a 8 horas	61	16.40 %
Más de 8 horas	58	15.59 %
Muestra	372	100 %

Fuente: Elaboración propia

La figura ocho, demostró que los vecinos de la zona 2 de la ciudad de Guatemala, tienen una conectividad de *internet* de 3-5 horas por día, con 112 encuestados de una muestra de 372, este fenómeno se debe a la emergencia sanitaria COVID-19 por lo que están más tiempo en casa y necesitan estar comunicados.



Figura 8 ¿Con qué frecuencia consulta los diferentes medios informativos?



Fuente: Elaboración propia

Tabla 5 ¿Con qué frecuencia consulta los diferentes medios informativos?

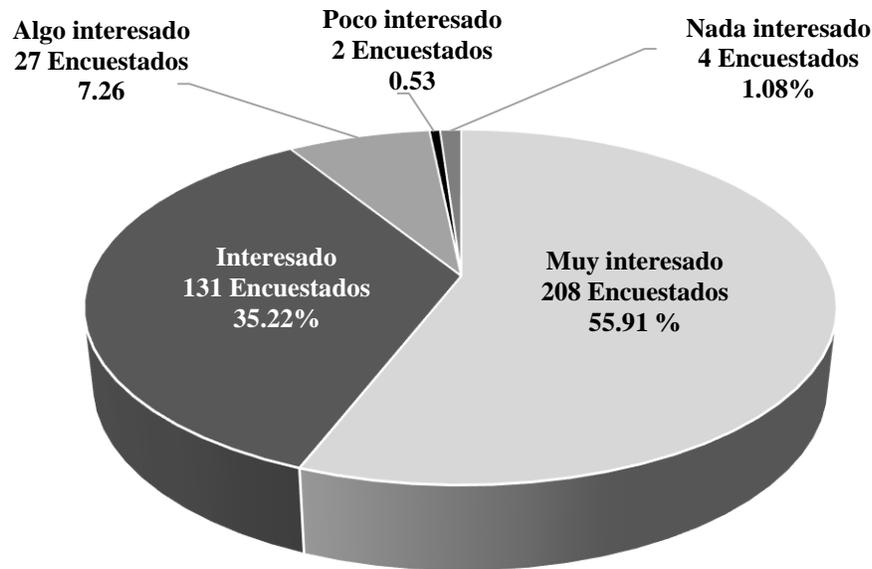
Parámetro	Encuestados	Porcentaje
Revistas digitales	3	0.81 %
Radios digitales	9	2.42 %
Televisiónes digitales	33	8.87 %
Páginas Web	98	26.34 %
Redes sociales	229	61.56 %
Muestra	372	100.00 %

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo a la figura nueve, se registró que los vecinos de la zona 2 de la ciudad de Guatemala, frecuentemente consultan los medios informativos en las redes sociales, con 229 encuestados de una muestra de 372, lo cual confirma que las personas utilizan el *internet* en celulares y se informan a través de las redes sociales.



Figura 9 ¿Le interesa estar informado de las actividades de la Alcaldía Auxiliar de la Zona 2?



Fuente: Elaboración propia

Tabla 6 ¿Le interesa estar informado de las actividades de la Alcaldía Auxiliar de la Zona 2?

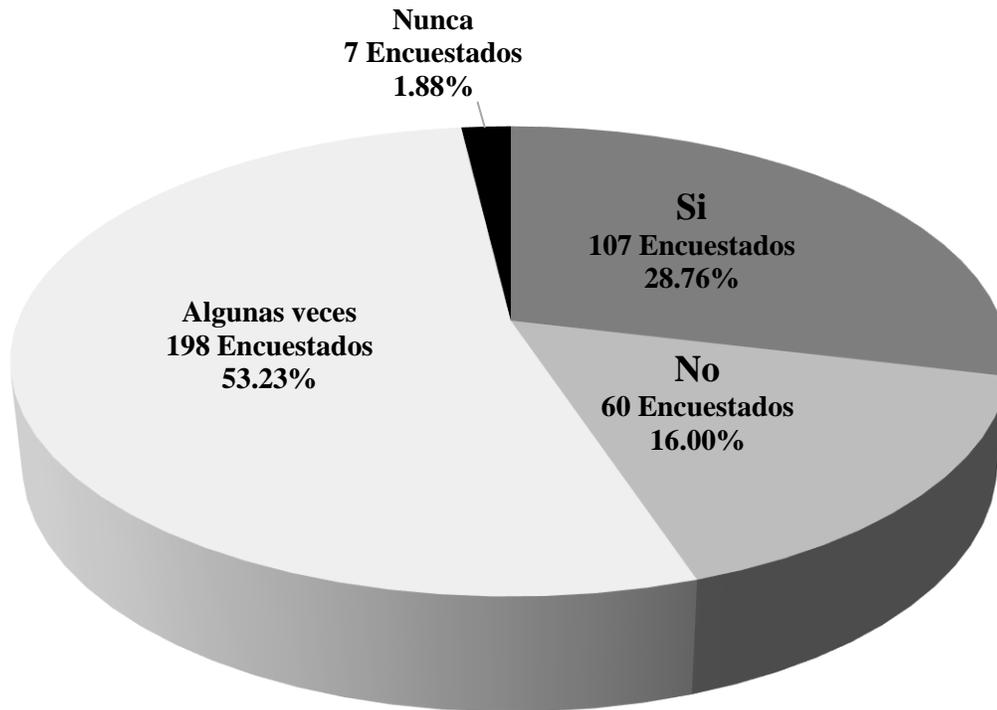
Parámetro	Cantidad	Porcentaje
Muy interesado	208	55.91%
Interesado	131	35.22%
Algo interesado	27	7.26%
Poco interesado	2	0.53%
Nada interesado	4	1.08%
Muestra	372	100.00%

Fuente: Elaboración propia

Según la figura diez, se registró que los vecinos de la zona 2 de la ciudad de Guatemala, sí les interesa estar muy informados de las actividades de la Alcaldía Auxiliar de la Zona 2, con 208 encuestados de una muestra de 372, lo cual confirma que los vecinos están atraídos por conocer las actividades que realiza la alcaldía auxiliar.



Figura 10 ¿Suele publicar comentarios en las redes sociales?



Fuente: Elaboración propia

Tabla 7 ¿Suele publicar comentarios en las redes sociales?

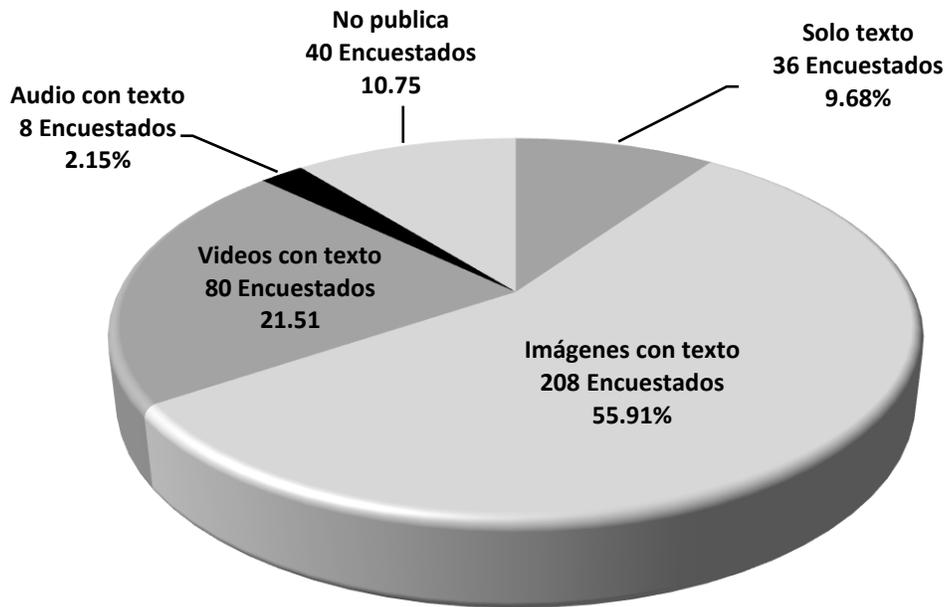
Parámetro	Cantidad	Porcentaje
Si	107	28.76%
No	60	16%
Algunas veces	198	53.23%
Nunca	7	1.88%
Muestra	372	100.00%

Fuente: Elaboración propia

La figura once, muestra que 198 de los 372 encuestados de los vecinos de la zona 2 de la ciudad de Guatemala, realizan publicaciones en las redes sociales oficiales de la alcaldía auxiliar.



Figura 11 ¿Qué tipo de contenido publica usted, con mayor frecuencia en su perfil de *Facebook*?



Fuente: Elaboración propia

Tabla 8 ¿Qué tipo de contenido publica usted, con mayor frecuencia en su perfil de *Facebook*?

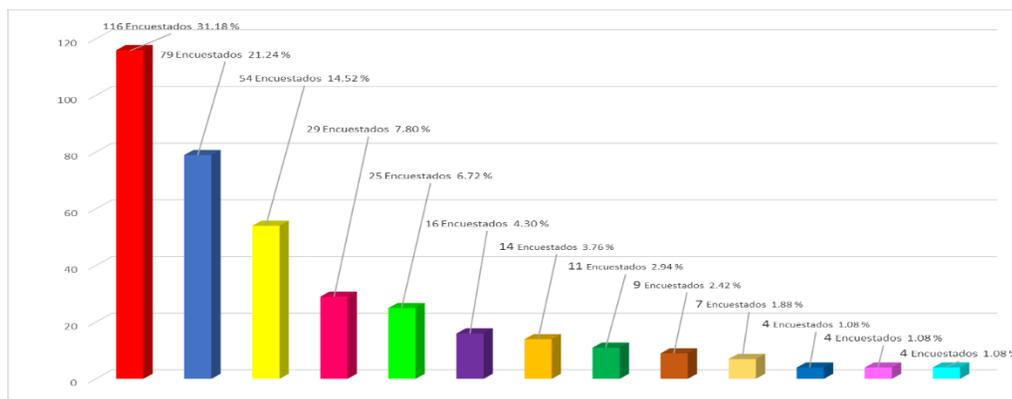
Parámetro	Cantidad	Porcentaje
Solo texto	36	9.68 %
Imágenes con texto	208	55.91 %
Videos con texto	80	21.51 %
Audio con texto	8	2.15 %
No publica	40	10.75 %
Muestra	372	100.00 %

Fuente: Elaboración propia

Según la figura doce, se identificó que las personas que comentan en la red social *Facebook* de la Alcaldía Auxiliar Zona 2, con 208 encuestados de una muestra de 372, realizan más publicaciones de imágenes con texto, considerando que es más fácil compartir una imagen.



Figura 12 ¿Qué gestiones le gustaría que se realizaran en la Alcaldía Auxiliar de la Zona 2?



1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----	----	----	----

Fuente: Elaboración propia

Tabla 9 ¿Qué gestiones le gustaría que se realizaran en la Alcaldía Auxiliar de la Zona 2?

	Respuestas	Encuestados	Porcentajes
1	Todo lo relacionado a los cursos	116	31.18 %
2	Atención al vecino, denuncias, recepción de reportes y quejas presencial o virtual	79	21.24 %
3	La verdad no tengo información de que trámites se realizan	54	14.52 %
4	Nada	29	7.80 %
5	Pagos en línea <i>Web</i> , de IUSI, consulta de impuesto	25	6.72 %
6	Seguimiento a solicitudes realizadas a la alcaldía	16	4.30 %
7	Envíos y respuestas de documentos y solicitudes	14	3.76 %
8	Información de actividades, Arte y Cultura	11	2.94 %
9	Poder realizar gestiones por <i>Facebook</i>	9	2.42 %
10	Autorización de una actividad	7	1.88 %
11	Solicitudes de mejoramiento	4	1.08 %
12	Trámites de construcción	4	1.08 %
13	Consultas, como en otras municipalidades	4	1.08 %
	Muestra	372	100.00 %

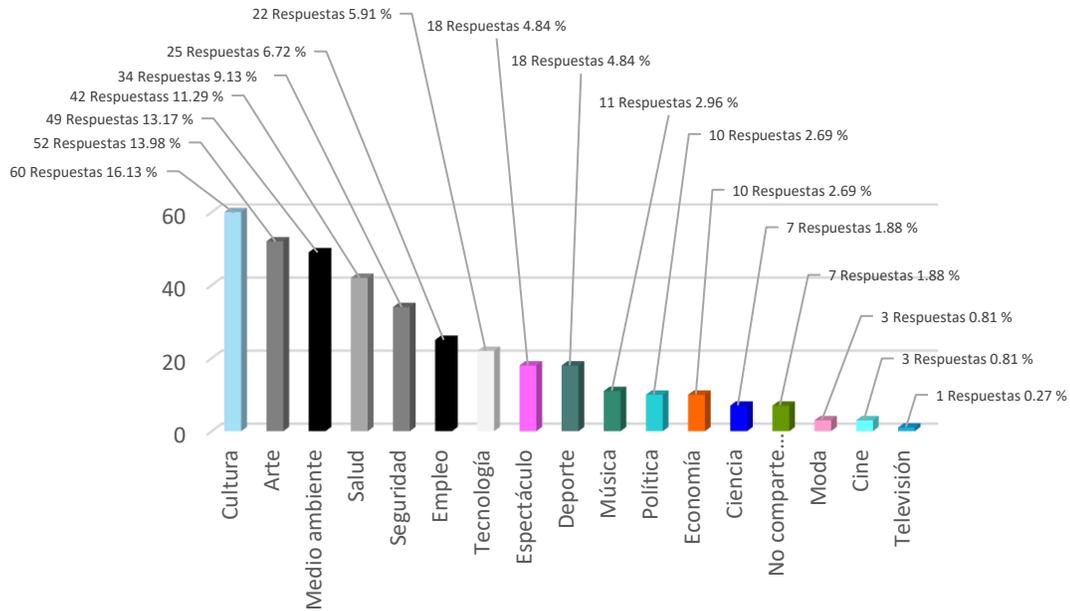
Fuente: Elaboración propia

Según la figura trece, los vecinos de la zona 2 se muestran interesados en obtener más información relacionada a los cursos en línea de la Alcaldía Auxiliar Zona 2, con 116 encuestados de una muestra de 372.



Figura 13 En la red social *Facebook* de la Alcaldía Auxiliar de la Zona 2

¿Conoce que clase de noticias publican?



Fuente: Elaboración propia

Tabla 10 En la red social *Facebook* de la Alcaldía Auxiliar de la Zona 2 ¿Conoce que clase de noticias publican?

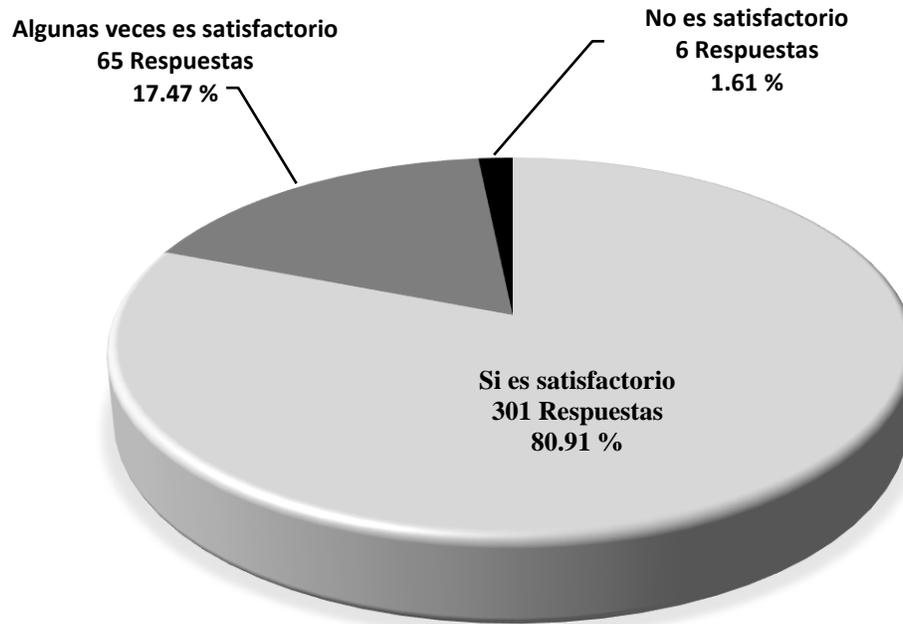
Respuestas	Cultura	Arte	Medio ambiente	Salud	Seguridad	Empleo	Tecnología	Espectáculo	Deporte	Música	Política	Economía	Ciencia	No comparte noticias	Moda	Cine	Televisión	Muestra
Cantidad de encuestados	60	52	49	42	34	25	22	18	18	11	10	10	7	7	3	3	1	372
Porcentaje	16.1	14	13.2	11.3	9.13	6.72	5.91	4.84	4.84	2.96	2.69	2.69	1.88	1.88	0.81	0.81	0.27	100 %

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo a la figura catorce, la información que más llama la atención de los vecinos de la zona 2, en la red social *Facebook* son los temas de: cultura, arte y medio ambiente.



Figura 14 ¿Le es satisfactorio el servicio que brinda la Alcaldía Auxiliar de la Zona 2?



Fuente: Elaboración propia

Tabla 11 ¿Le es satisfactorio el servicio que brinda la Alcaldía Auxiliar de la Zona 2?

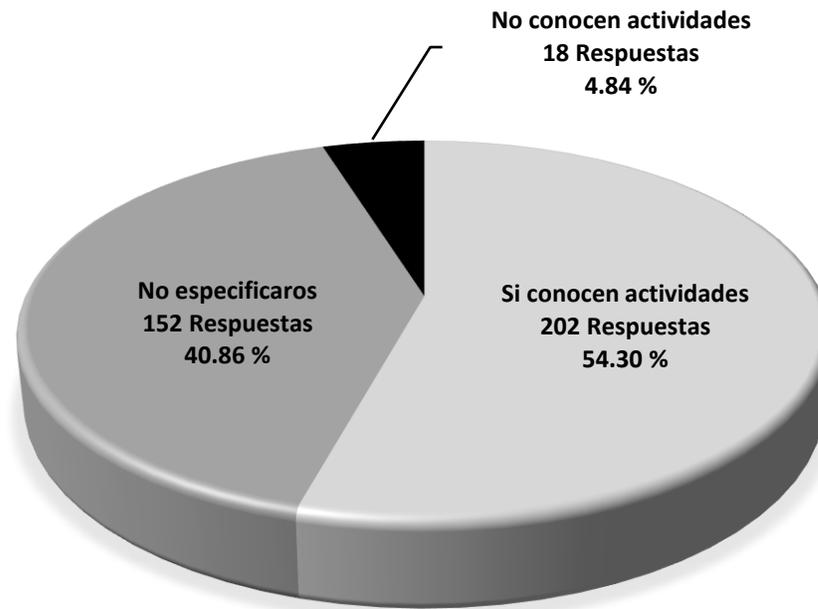
Parámetro	Cantidad	Porcentaje
Si es satisfactorio	301	80.91 %
Algunas veces es satisfactorio	65	17.47 %
No es satisfactorio	6	1.61 %
Muestra	372	100.00 %

Fuente: Elaboración propia

Según la figura quince, con el 80.91 % de los encuestados de una muestra de 372, le son satisfactorios los servicios que brinda la Alcaldía Auxiliar de la Zona 2, mientras que el 17.47 % algunas veces son satisfactorios debido a que consideran que deben ampliar la cartera de servicios.



Figura 15 ¿Conoce sobre las actividades que está implementando la Alcaldía Auxiliar de la Zona 2?



Fuente: Elaboración propia

Tabla 12 ¿Conoce sobre las actividades que está implementando la Alcaldía Auxiliar de la Zona 2?

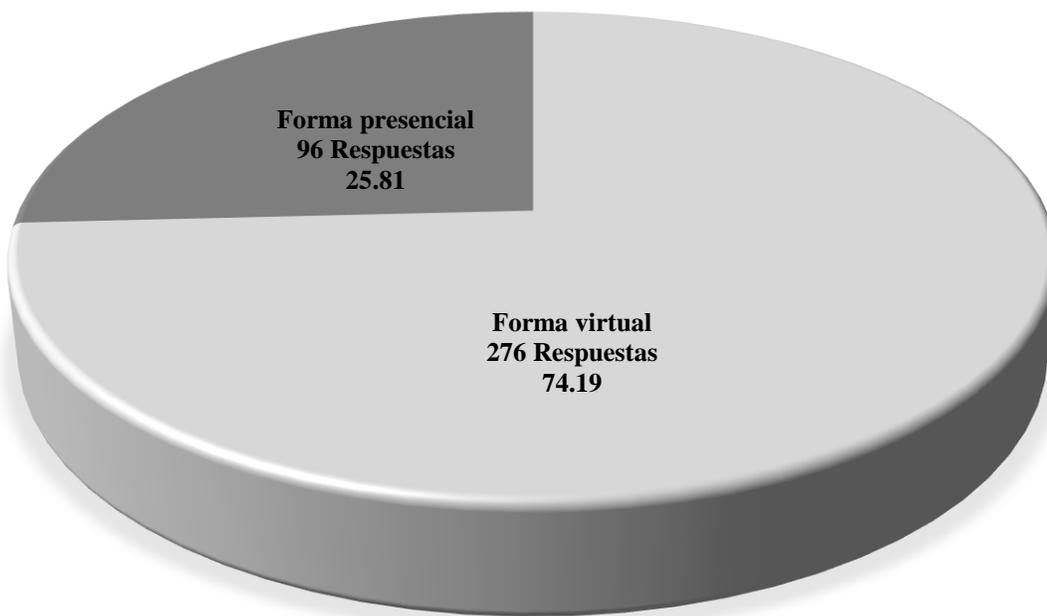
Parámetro	Cantidad	Porcentaje
Si conocen actividades	202	54.30 %
No especificaros	152	40.86 %
No conocen actividades	18	4.84 %
Muestra	372	100 %

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo a la figura dieciséis, de las 372 personas que son la muestra de encuestados, el 54.30% sí conocen las actividades que ha implementado la Alcaldía Auxiliar de la Zona 2.



Figura 16 ¿De qué forma prefiere hacer sus gestiones o tramites en la Alcaldía Auxiliar de la Zona 2?



Fuente: Elaboración propia

Tabla 13 ¿De qué forma prefiere hacer sus gestiones o trámites en la Alcaldía Auxiliar de la Zona 2?

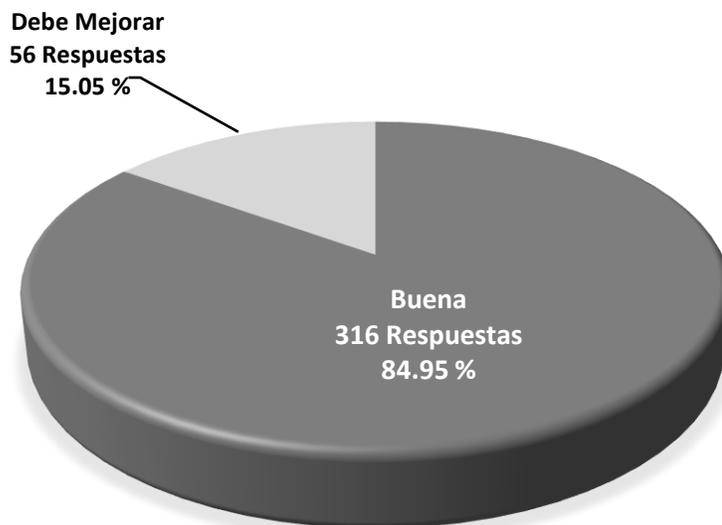
Parámetro	Cantidad	Porcentaje
Forma virtual	276	74.19%
Forma presencial	96	25.81%
Muestra	372	100.00%

Fuente: Elaboración propia

Según la figura diecisiete, la mayoría de vecinos, 74.19 % prefieren realizar las gestiones de forma virtual.



Figura 17 ¿Cómo calificaría la atención que brinda en forma presencial en la Alcaldía Auxiliar de la Zona 2?



Fuente: Elaboración propia

Tabla 14 ¿Cómo calificaría la atención que brinda en forma presencial en la Alcaldía Auxiliar de la Zona 2?

Parámetro	Cantidad	Porcentaje
Buena	316	84.95
Debe Mejorar	56	15.05
Muestra	372	100.00

Fuente: Elaboración propia

Según la figura dieciocho en cuanto a la atención que brinda la Alcaldía Auxiliar de la Zona 2, de 316 encuestados de una muestra de 372 que equivale a un 84.95% manifestaron que es buena.



1.18 FODA

Las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, con relación a la comunicación externa a través de los canales virtuales de la Alcaldía Auxiliar de la Zona 2 de la Municipalidad de Guatemala, se presentan a continuación:

TABLA 15 FODA

Fortaleza	Oportunidad
<ul style="list-style-type: none">• Experiencia del personal.• Capacidad de impartir cursos en línea, personal capacitado.• El personal tiene conocimiento de las funciones asignadas según su cargo.• Plataforma digital <i>Facebook</i> para interactuar con las publicaciones.• Cursos en línea.	<ul style="list-style-type: none">• Confianza de la ciudadanía en la administración actual.• Los vecinos se encuentran en total disposición para recibir más información acerca de las actividades que realiza la alcaldía auxiliar.
Debilidad	Amenazas
<ul style="list-style-type: none">• Poco personal.• Equipo de Cómputo antiguo.• Falta de incentivos para los colaboradores.	<ul style="list-style-type: none">• Racionamiento del gasto público.• Cambios en la normativa.• Distanciamientos de los vecinos por la emergencia sanitaria COVID-19.• Falta de capacitación a los colaboradores en áreas de comunicación.

Fuente: Elaboración propia

1.19 Problemas detectados

Uno de los problemas de comunicación detectados es la inexistencia de un comunicador social dentro de la alcaldía auxiliar.



El alcalde Auxiliar es quien emite el mensaje hacia el Gerente de la Alcaldía, después a la Coordinadora de Región y Coordinadora de la Alcaldía a través de reuniones o por medio del uso del celular o aplicaciones como *WhatsApp*, *Zoom* o *Google Meet*, luego la información se transmite al resto de colaboradores, esto no permite que los colaboradores resuelvan dudas o den su opinión ya que solo reciben instrucciones directas.

Los colaboradores en la Alcaldía Auxiliar tienen diferentes atribuciones, trabajan de 7 a 15 horas, por lo tanto, algunos no tienen contacto directo o comunicación con todos los colaboradores y reciben información únicamente por medio del celular o la aplicación *WhatsApp*.

Aunque existe bastante información es un grupo de colaboradores motivados y abiertos al cambio aun en medio de la crisis sanitaria. Por tal razón la manera de comunicarse con los vecinos de la zona 2 actualmente es por medio de *Facebook* que tiene aproximadamente 11,000 seguidores.

Ante la crisis sanitaria COVID-19 los colaboradores de la Alcaldía Auxiliar han publicado algunos banners para que los vecinos tomen sus precauciones, actualmente no ha existido un seguimiento para prepararlos al momento de retornar a la vida cotidiana dentro de la nueva normalidad, asimismo para proporcionar soporte moral en medio de la pandemia.

El diagnóstico semi presencial se realizó desde el mes de febrero hasta el 15 de abril del presente año, debido al COVID-19 en la Zona 2 de la ciudad de Guatemala.

La institución no cuenta con un plan de contingencia ante una crisis, por lo tanto, no existe un plan para continuar una campaña de concientización a los vecinos sobre consejos para cuidar a la familia y cómo actuar ante la situación de la pandemia.



1.20 Planteamiento del problema comunicacional

Múltiples factores expuestos en este documento manifiestan las dificultades que enfrenta la Alcaldía Auxiliar de la Zona 2, en cuanto al apoyo, que debe brindar hacia los vecinos y así satisfacer sus necesidades y para poder convivir con otros vecinos en tiempos de pandemia.

Es importante conocer con detalle la situación que atraviesa la población, razón por la que se plantea lo siguiente:

¿Cuál es la causa principal por la que los vecinos, han perdido interés en las publicaciones de la Alcaldía Auxiliar, desde la perspectiva de la comunicación para la divulgación, prevención ante la pandemia generada por el COVID-19?

Hipótesis: no posee equipo sofisticado para crear o modificar los mensajes.

Por lo tanto, es necesaria la implementación de un plan de comunicación que atienda las necesidades de la población de la zona 2, incluyendo el uso de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación.

Derivado de lo anterior y la falta de una campaña de concientización sobre la pandemia para los vecinos se propone la realización de productos comunicacionales para finalmente lograr su difusión y capacitar a los colaboradores de la alcaldía auxiliar en cuanto a la plataforma digital *Facebook*.

1.21 Indicadores de éxito

Las herramientas principales son:

- Equipo o material técnico de informática
- Apoyo técnico o personal de informática
- Cursos de capacitación para realización efectiva de las redes sociales (*Facebook*).



- Por el momento la comunicación es virtual.
- Departamento de informática dar seguimiento a las plataformas Digitales.

Ante circunstancias de COVID-19 queda ocupar el tiempo libre en generar ideas para la realización de las estrategias para empezar a informar al grupo objetivo.

Ante la crisis muchas personas están alteradas y en estos momentos no ven la información de publicidad fácilmente, pero se puede implementar la publicidad con mensajes de positivismo y medidas de protección ante esta calamidad.

La comunicación se desarrolla por medio de un emisor y un receptor a través de un canal específico, para trasladar ideas o pensamientos, por medio de señales, gestos, sonidos fónicos, buscando diferentes medios comunicativos y actualmente poder transmitir esas ideas en un ecosistema digital.

1.22 Proyecto a desarrollar

“Diagnóstico y propuesta de comunicación interna y externa para fortalecer la plataforma digital *Facebook* para la Alcaldía Auxiliar de la Zona 2”. en tiempos de pandemia COVID-19 (Con enfoque en las redes sociales digitales).

En este proyecto se pretende llevar a la realidad ideas que atiendan las necesidades de los vecinos, las cuales, den respuesta al contexto generado por la propagación de la pandemia.

Mediante el uso de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación virtual, la alcaldía auxiliar debe acercarse a los vecinos para así lograr identificarse y posicionarse en la mente del usuario.



La idea es producir material multimedia como: diseño de banners, imágenes y capacitación a los colaboradores de la alcaldía auxiliar; para que pueda ser difundido en las redes sociales y en los diferentes canales de comunicación de índole digital.

Capítulo 2

Plan estratégico de comunicación

2.1 Plan estratégico de comunicación

Un plan estratégico es una herramienta que recopila la información de la organización o institución, para conseguir y cumplir su misión y alcanzar su propia visión. También define las acciones necesarias para lograrlo en un futuro cercano y crear el camino para conseguirlo.

Según el autor Sainz De Vicuña (2012), al hablar del plan estratégico de la organización, nos estamos refiriendo al plan maestro en el que la alta dirección recoge las decisiones estratégicas corporativas que ha adaptado hoy, para lograr una organización más competitiva que le permita satisfacer las expectativas de sus diferentes grupos de intereses.

Para Martínez Pedrós y Milla Gutiérrez (2005) un plan estratégico es un documento que sintetiza a nivel económico-financiero, estratégico y organizativo el posicionamiento actual y futuro de la empresa y cuya elaboración nos obligará a plantearnos dudas acerca de nuestra organización, de nuestra forma de hacer las cosas y a marcarnos una estrategia en función de nuestro posicionamiento actual y del deseado.

Haciendo un recorrido por definiciones de diversos autores, se encuentran elementos comunes que acercan en mayor medida a la idea de plan estratégico. Estos elementos son: el concepto de un entorno, es decir, una serie de condiciones ajenas a la organización, a las que esta debe responder. Algunas de estas condiciones son negativas (amenazas) y otras positivas (oportunidades). Para conocer estas condiciones se debe llevar a cabo un análisis del entorno.



En la implementación del plan de comunicación de la Alcaldía Auxiliar Zona 2 de Guatemala, los resultados del diagnóstico nos brindaron información de que los vecinos utilizan las redes sociales y tienen como medio principal de comunicación e interacción con la alcaldía auxiliar la red social *Facebook*, de esta manera queremos reforzar dicha plataforma.

2.2 Misión del plan

Reforzar la comunicación entre los vecinos y la alcaldía auxiliar, en cuanto a concientizarlos sobre la protección familiar en situación de vulnerabilidad dentro del contexto de la pandemia COVID-19, haciendo uso de las nuevas herramientas digitales.

2.3 Visión del plan

Ser referentes con la divulgación y comunicación en los medios virtuales, específicamente en tiempos de pandemia COVID-19 y que, partiendo del bienestar de los vecinos, vivamos en una sociedad alerta ante las diferentes emergencias sanitarias derivadas de la pandemia.

2.4 Elementos Comunicacionales

2.4.1 Comunicación Interna

La comunicación interna de una organización o institución establece vínculos informativos de diversa naturaleza entre todas las áreas que la integran, ya sea desde la gerencial hacia los colaboradores, se puede decir que (Soto, 2006) nos indica que “La comunicación interna es responsabilidad y compromiso de todos los colaboradores de una empresa y debe ser participativa” (pág. 45). Por tal razón, todos los que forman parte de un grupo de personas que trabajarán más a gusto y motivados en ser parte de la empresa o institución.



Se puede decir que “El principal objetivo de la comunicación interna es implicar en el proyecto empresarial a todos los miembros de la organización. Se trata de crear un clima de trabajo cordial y de confianza, lo que conllevará menos conflictos, menos absentismo laboral” (Garcés, 2021, pág. 50). Es una forma en la que se busca la unificación y solucionar problemas y crear empatía entre los niveles de mando de la empresa o institución.

2.4.1.1. Canales de Comunicación Interna

La comunicación interna en la organización o institución es una responsabilidad de gerentes hasta los niveles medios y bajos, datos estadísticos, cada vez recae en la cadena de mando directo: ejecutivos y mandos intermedios. Y los canales de comunicación interna van evolucionando a medida que aparecen nuevas tecnologías y herramientas digitales como el teletrabajo, en la actualidad por la emergencia sanitaria COVID-19, los más comunes son los siguientes:

- a) Correo electrónico: es el medio más habitual para comunicarse y se usa tanto en comunicación ascendente, descendente y horizontal.
- b) Boletines internos: informes mensuales o semanales, en donde se brinde al colaborador noticias de interés, información importante y se fomente el intercambio entre todos.
- c) Reuniones: las reuniones suelen ser un buen método de comunicación. En tiempos de pandemia COVID-19 las instituciones han recurrido a realizarlas de forma virtual por las distintas plataformas, como: *Google Meet*, *Zoom*, *Microsoft Teams*, entre otras.
- d) *WhatsApp*: es una aplicación digital, que sirve para la creación de grupos cerrados de colaboradores de una institución o empresa, es un medio rápido para trasladar información.
- e) Eventos Sociales: especialmente en estos días, con el auge del teletrabajo a causa del COVID-19, es importante mantener la convivencia social de forma segura y guardando el distanciamiento social.
- f) Afiches informativos: pueden desarrollarse por el departamento de comunicación, generalmente, deben de colocarse en lugares visibles y de espacio de uso común interno.



2.4.2 Comunicación externa

La comunicación externa va dirigida a los clientes, proveedores, accionistas, donantes, beneficiarios entre otros, el objetivo de este tipo de comunicación es mejorar y potenciar las relaciones con los distintos públicos con los que está relacionada la institución o empresa.

La dimensión de la comunicación es inmensa y un autor lo define así “La comunicación externa también llamar comunicación comercial pura, como toda comunicación contribuye a crear una imagen de la empresa, pero su objetivo en concreto es actuar sobre la imagen y posibilidad de venta de las marcas que crea la empresa” (Garcés, 2021, pág. 46). De esta manera la comunicación externa sirve para conectarse con el mundo que rodea a la empresa.

2.4.3 Comunicación

Para el desarrollo de esta estrategia se considera mencionar el fenómeno de la comunicación humana, se entiende como comunicación al proceso de interacción social, que está conformado no solo por un emisor sino también por un receptor, que suele ser entre dos o más personas o comunidades humanas que intercambian experiencias, conocimientos y sentimientos.

De esta manera es que los seres humanos han establecido códigos donde interactúa un emisor un receptor utilizando un canal para transmitir un mensaje y que se relacione al contexto cotidiano y que el mensaje tenga una retroalimentación, de esta manera los seres humanos se pueden entender y han hecho posibles avances científicos, tecnológicos y poder transmitir los conocimientos a otras generaciones.

Desde esa perspectiva se puede definir que la comunicación: “es tan antigua como el hombre y es motor del progreso y el desarrollo que lo ha acompañado en el camino de las conquistas tecnológicas, científicas” (Interiano, 1997)

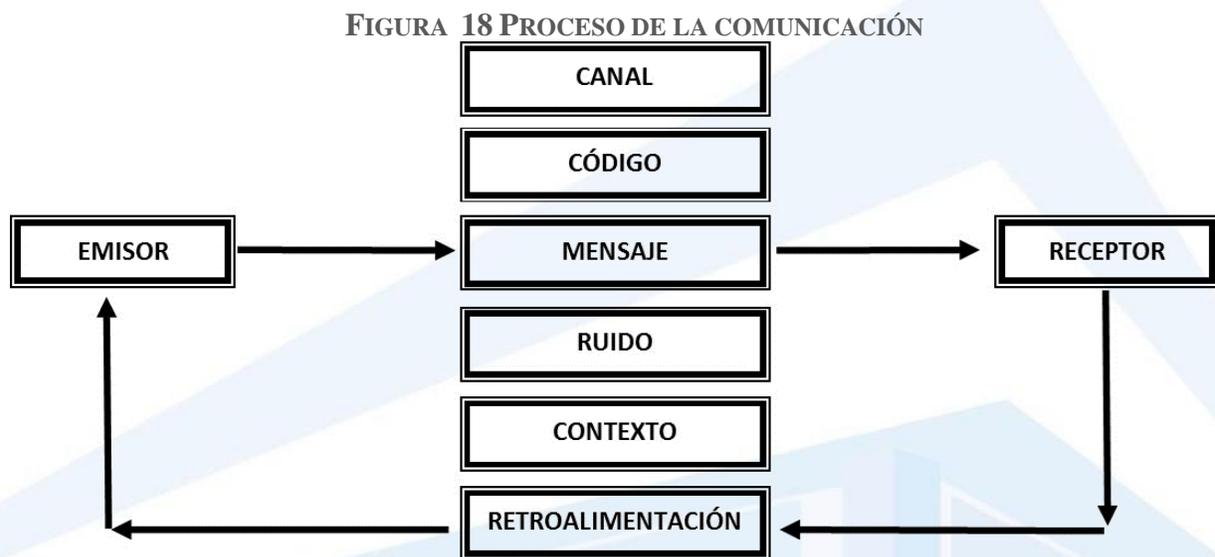


Otro punto de vista “La comunicación son los estímulos internos que ocasionan estas respuestas al influir en el receptor, trata, ordena o presenta símbolos que produzcan el significado deseado” (comunicación, 1984)

También se puede mencionar que “el hombre ha debido comunicarse con sus semejantes utilizando señales, movimientos o signos, pues nadie puede existir en un grupo o una sociedad sin alguna forma de comunicación” (Yerena, 2011)

2.4.4 Proceso de comunicación

En el siguiente esquema se presenta el proceso de comunicación iniciando con el emisor quien emite un mensaje, por medio de un canal a través de un código en un contexto específico para evitar ruidos, los cuales podrían interferir en la decodificación del mensaje; si el mensaje llega claro al receptor, este podrá dar una retroalimentación del mensaje al emisor.



Fuente: Elaboración propia



2.4.5 Elementos de la comunicación

Los matemáticos Shannon y Weaver propusieron una teoría matemática de la comunicación pensada a partir de la teoría cibernética:

Según estos autores, la información es un producto vinculado a la cantidad de datos existentes en un mensaje, de esta forma, su propuesta teórica permite estudiar la cantidad de información de un mensaje en función de la capacidad del medio, la idea fundamental de la teoría de la información afirma que esta última debe ser transmitida con la ayuda de un canal; Shannon y Weaver nos ayudan a comprender los elementos básicos de este proceso: fuente o emisor, codificación, mensaje, medio, decodificación, receptor y retroalimentación. (Institucional, 2021)

Estos autores explican con mayor detalle los elementos de la comunicación tal como los define a continuación.

2.4.5.1 Emisor

El emisor es el punto de partida del proceso de comunicación al ser quien emite el mensaje. Para que esto pueda cumplirse, el emisor tiene que compartir los mismos canales y códigos comunicacionales con su receptor; de lo contrario, el proceso no culminará exitosamente.

Aunque se entiende que el emisor es quien tiene la intención de comunicar algo, se trata de un rol flexible, puesto que un emisor puede convertirse en receptor, y viceversa.

2.4.5.2 Receptor

El receptor es quien recibe el mensaje del emisor. Su rol puede ser voluntario o involuntario, ya que puede estar participando activamente en el proceso comunicativo, de la misma forma en la



que puede ser un actor incidental, como cuando escucha una conversación de otras personas o recibe un mensaje que no era para él.

En ese sentido, el receptor puede recibir el mensaje y no responder. Pero si lo responde, deja de ser receptor para convertirse en emisor, ya que su rol ahora implica enviar un mensaje.

2.4.5.3. Código o lenguaje

El código o lenguaje es el conjunto de signos con el que se transmite un mensaje lingüístico y puede ser:

Orales: la lengua o idioma expresada de forma oral.

Escritos: conformados por sistemas de signos que requieren habilidades de lecto-escritura.

Los códigos también pueden ser no lingüísticos, como las señales de tránsito, que son signos de carácter universal.

2.4.5.4. Mensaje

El mensaje es el contenido que se quiere transmitir desde el emisor hacia el receptor. El mensaje está compuesto por una combinación de sistemas de signos o símbolos que transmiten un concepto, idea o información que son familiares tanto para el emisor como para el receptor.

Sin embargo, la decodificación del mensaje depende directamente del resto de los elementos de la comunicación. Si el mensaje es enviado en un código o a través de un canal que solo es familiar para el receptor, será interpretado de forma completamente distinta por el receptor.

Por lo tanto, se entiende el mensaje como una información o contenido concreto, ya que su significado e interpretación dependen de múltiples variables.



2.4.5.5 Canal de comunicación

El canal de comunicación es el medio físico por donde se transmite el mensaje del emisor hacia el receptor. El aire es el medio físico más común de comunicación, (es esencial para generar los sonidos del lenguaje verbal oral) pero también lo son el teléfono, el celular, el correo electrónico, la voz, entre otros.

2.4.5.6. Ruido

El ruido es toda señal que distorsiona el mensaje original que el emisor quiere transmitir. El ruido puede ser ambiental (sonidos que interfieren en la comunicación), del canal (fallas de cobertura), del emisor (uso de código desconocido para el receptor), del mensaje o del receptor.

Es importante saber reconocer de dónde viene el ruido en la comunicación para poder disminuirlo o eliminarlo para crear un proceso de comunicación claro y efectivo.

2.4.5.7 Retroalimentación

La retroalimentación o *feedback* es un mecanismo de control del mensaje por parte del emisor. Debido a que la comunicación es un proceso bidireccional y tanto el emisor como el receptor están cambiando sus roles constantemente, la retroalimentación sirve para determinar la efectividad de los mensajes enviados por el emisor. De esta forma, quien emite el mensaje puede comprobar si fue recibido e interpretado de forma adecuada.

2.4.5.8 Contexto

Es la situación en la cual se genera el proceso comunicativo. Incluye factores emocionales, sociales, circunstanciales, etc. y puede tener una influencia en el intercambio de ideas.

2.4.6 La comunicación en un ecosistema digital

¿Qué es exactamente un ecosistema digital?

Es el conjunto de herramientas que utiliza una marca o el nombre de una organización o institución para difundir sus contenidos en *Internet*, la tecnología digital permite conectar todas las plataformas amplificando todos los contenidos para provocar y mantener una gigantesca conversación con una comunidad virtual.

Las organizaciones o instituciones disponían únicamente de su *web site* corporativo para estar presentes en la *red*, pero la irrupción de las redes sociales y el protagonismo que han ido adquiriendo, los contenidos en la que la *web*, hacen un elemento más dentro de una *red* donde todos los elementos están interconectados y se relacionan entre sí.

Esos elementos incluyen plataformas como el *blog*, la página de *Facebook*, la página de *Twitter*, la página de *LinkedIn* y el canal de *YouTube* o herramientas como el *email marketing*, el *SEO* y el *SEM*, entre otros.

FIGURA 19 ECOSISTEMA DIGITAL



Fuente: recuperado de <https://www.materiagrís.es/ecosistema-digital/>



Para definir un ecosistema digital, se explicará con mayor detalle a continuación.

2.4.6.1 Internet:

Red informática de nivel mundial que utiliza la línea telefónica para transmitir la información.

2.4.6.2 Plataforma digital:

Las plataformas digitales o plataformas virtuales, son espacios en *Internet* que permiten la ejecución de diversas aplicaciones o programas en un mismo lugar para satisfacer distintas necesidades.

2.4.6.3 Red Social:

Internautas intercambian información personal y contenidos multimedia de modo que crean una comunidad de amigos virtual e interactiva.

2.4.6.4 Internauta:

Persona que utiliza los servicios de *internet* u otra red informática.

2.4.6.5 Página Web:

Conjunto de información que se encuentra en una dirección determinada de *internet*.

2.4.6.6 Sitio Web:

Es un conjunto de páginas *web* accesibles a través de *internet*, convenientemente enlazadas y con una finalidad concreta.



2.4.6.7 Diferencia entre Pagina *Web* y Sitio *Web*:

Una página *Web* es parte de un sitio *Web* y es un único archivo con un nombre de archivo asignado, mientras que un sitio *Web* es un conjunto de archivos llamados páginas *Web*.

2.4.6.8 *Blog*:

Es un sitio *Web* o parte de un sitio que tiene contenidos actualizados regularmente sobre uno o varios temas específicos.

2.4.6.9 *Facebook*:

Es una plataforma digital y la interacción de las personas dentro de la misma se convierte en una red social, cuyo principal objetivo es dar un soporte para producir y compartir contenidos específicos. Entre las redes sociales, es la que los usuarios escogen, es la más accedida en el mundo.

2.4.6.10 *Twitter*:

La red permite enviar mensajes de texto corta llamados *tuits* o *tweets* que se muestran en la página principal del usuario. Los usuarios pueden suscribirse a los *tweets* de otros usuarios a esto se le llama seguir y a los usuarios abonados se les llama seguidores.

2.4.6.11 *LinkedIn*:

Trata de una red social profesional, que sirve para buscar empleo, una especie de curriculum *online*.

2.4.6.12 *YouTube*:

Presenta una variedad de clips de películas, programas de televisión y vídeos musicales, así como contenidos amateurs como *videoblogs* y *YouTube Gaming*. Las personas que crean contenido para esta plataforma generalmente son conocidas como *youtubers*.



2.4.6.13 Email:

Abreviatura de la expresión en inglés *electronic mail*, que en español es traducido como correo electrónico, es un sistema de correspondencia que permite el intercambio de mensajes entre usuarios que estén conectados a una red informática.

2.4.6.14 Aplicación:

Es un programa informático diseñado como una herramienta para realizar operaciones o funciones específicas, con el avance de la tecnología, es común que ahora escuches el término aplicaciones móviles, estas hacen referencia a las aplicaciones diseñadas para dispositivos como el celular o la tableta.

2.4.6.15 Link:

En el ámbito de la informática, más precisamente en el contexto de *Internet*, es un documento digital que establece un vínculo con otro documento electrónico, permite acceder automáticamente.

2.4.6.16 Apps:

El término proviene del inglés *application* se refiere a aplicaciones, básicamente programas que se instalan en un dispositivo móvil y que realizan funciones concretas de ámbito personal o profesional, entre otras.

2.4.6.17 WhatsApp:

Es una aplicación de mensajería instantánea para teléfonos inteligentes, en la que se envían y reciben mensajes mediante *Internet*, así como imágenes, vídeos, audios, grabaciones de audio, documentos, ubicaciones, contactos, *gifs*, *stickers*, así como llamadas y videollamadas con varios participantes a la vez, entre otras funciones.



2.5 Alcances y límites de la estrategia

En cuanto a los alcances de la investigación, la población de la estrategia de comunicación está conformada por los habitantes de la zona 2 de Guatemala, que colinda con las zonas, 07, 03, 01 y zona 06, y asentamientos en proceso de mejoramiento al final del Hipódromo del Norte.

Los límites son el distanciamiento social por la pandemia de COVID-19, y aprovechando la concentración que se logra por los medios digitales, ya que por la *web* es la manera adecuada de informar a los vecinos.

2.6 Metodología para la aplicación del plan estratégico comunicacional

Con base al diagnóstico, la investigación que se realizó fue tipo descriptiva con un enfoque cuantitativa, cualitativa o mixta y en la observación se logró establecer las causas de los sucesos o fenómenos que se estudió, se utilizó un cuadro de observación, respecto a los medios virtuales de la Alcaldía Auxiliar de la Zona 2, entrevistas a vecinos por *Google Forms* y *Focus Group* no se realizó por la pandemia de COVID-19 y resguardando el debido distanciamiento.

La metodología a utilizar será virtual, se usan herramientas tecnológicas que ayudan a percibir el entorno de la Alcaldía Auxiliar de la Zona 2, así como la manera de persuadir a los vecinos para que respondan de la mejor manera al trabajo por medio de las plataformas virtuales.

La aplicación *Facebook* será de gran utilidad para la distribución de los mensajes, por la velocidad y fluidez que brinda, tanto para el emisor como para el receptor.

La aplicación *WhatsApp* será la herramienta más utilizada para tener acercamiento con el personal, esto derivado de la simplicidad de su uso y la accesibilidad que tiene. Además de que se puede verificar que el personal presta atención al momento de solicitarle activar la cámara y el micrófono en caso de ser necesario.



2.6.1 Objetivo de la estrategia

2.6.1.1 Objetivo general.

Fortalecer la comunicación interna y externa de la Alcaldía Auxiliar de la Zona 2, a través de redes sociales para crear mensajes de prevención.

2.6.1.2 Objetivo Específico.

1. Fomentar la prevención del COVID-19 a través de las redes sociales de la Alcaldía Auxiliar de la Zona 2 de ciudad de Guatemala.
2. Mejorar la comunicación de los colaboradores internos de la Alcaldía Auxiliar Zona 2 de ciudad de Guatemala.

2.6.2 Acciones para conseguir los objetivos

Con base en lo anterior se plantearon los objetivos del plan de comunicación y para su cumplimiento se plantearon las siguientes acciones:

Acciones:

1. Diseño de banner para la prevención sobre el COVID-19 para los vecinos de la Alcaldía Auxiliar de la Zona 2.
2. Propiciar el uso de la aplicación *WhatsApp* para mejorar la comunicación interna a los colaboradores de la Alcaldía Auxiliar de la Zona 2.



3. Capacitación virtual de fotografía utilizando un celular, dirigido a los promotores y auxiliares de campo, así como desarrollo de taller virtual sobre el buen manejo de la plataforma digital *Facebook*.

2.6.3 Los indicadores para medir su cumplimiento

Los indicadores son herramientas que nos permiten evaluar los procesos internos y externos de una organización, empresa o institución pública y se pueden definir de la siguiente manera:

"datos esencialmente cuantitativos, que nos permiten darnos cuenta de cómo se encuentran las cosas en relación con algún aspecto de la realidad que nos interesa conocer". (García, 2008) Los indicadores proporcionan información de objetivos previamente establecidos y con los que se medirán, y el resultado del plan de comunicación son los siguientes:

Creación de Banners para los vecinos de la zona 2.

Los indicadores que se utilizarán serán la cantidad de personas que vea los banners, y le den un *Like*.

Capacitación virtual de fotografía utilizando un celular, dirigido a los promotores y auxiliares de campo.

El indicador que se utilizará será la cantidad de personas que se unan a la reunión en la plataforma *Google Meet*.

Desarrollar un taller virtual sobre el manejar la plataforma digital *Facebook*. Se utilizará como indicador la cantidad de personas que se unan a la reunión en la plataforma *Google Meet*.

Verificar la existencia del grupo cerrado de WhatsApp, que mejore la comunicación entre los colaboradores Alcaldía Auxiliar Zona 2 en relación en prontitud de intercambio de información.



2.6.4 Los instrumentos

En el siguiente cuadro se presentan las actividades, instrumentos que se realizaron durante la elaboración del plan estratégico de comunicación.

TABLA 16 LOS INSTRUMENTOS

Actividad del objetivo específico 1	Instrumento
Diseño de banner para la prevención sobre el COVID-19 para los vecinos de la Alcaldía Auxiliar Zona 2 de la ciudad Guatemala.	Computadora
	<i>Internet</i>
	<i>Whatsapp</i>
	<i>Facebook</i>
	<i>Publisher</i>
	<i>Canva</i>
Actividad del objetivo específico 2	Instrumento
Capacitación virtual de fotografía utilizando un celular, dirigido a los promotores y auxiliares de campo.	Computadora
	<i>Internet</i>
	Plataforma <i>Google Meet</i>
Desarrollar un taller virtual sobre el manejar la plataforma digital <i>Facebook</i> .	Computadora
	<i>Internet</i>
	Plataforma <i>Google Meet</i>

Fuente: Elaboración propia

2.6.5 Actividades para la operatividad de la estrategia

La Alcaldía Auxiliar de la Zona 2 de la ciudad de Guatemala, brinda un servicio a los vecinos, en todas las actividades que realizan para tener un lugar digno para vivir. La alcaldía auxiliar cuenta con un aproximado de 23 colaboradores de los cuales son 8 mujeres y 15 hombres, la mayoría vive en el área metropolitana, y debido a la emergencia sanitaria cambio su horario de 7:00 a 15:00 horas, actualmente estamos en un pico más alto de contagio y muertes por COVID-19, y los colaboradores no han dejado de brindar el servicio a los ciudadanos que vivan en la zona 2 de ciudad de Guatemala.



La información obtenida de las entrevistas realizadas como parte del diagnóstico de comunicación indica que los vecinos se comunican frecuentemente por medio de las redes sociales específicamente utilizando *Facebook* para interactuar con la alcaldía auxiliar.

Además, se recalcó la necesidad de implementar mensajes digitales de prevención ante la emergencia sanitaria que dinamicen las publicaciones y capacitar a los colaboradores, indicaron que ellos están interesados en ser capacitados en el uso de herramientas tecnológicas, especialmente en *Facebook*.

Con base en la información obtenida se pretende desarrollar los siguientes productos comunicacionales:

- Diseño de banner para la prevención sobre el COVID-19.

Se realizaron diseños de banners para *Facebook*, estarán disponibles en septiembre del presente año.

- Capacitación virtual de fotografía utilizando un celular,

Se creará un curso sobre uso de la cámara del celular dirigido a los promotores y auxiliares de campo.

- Desarrollar un taller virtual sobre el manejar la plataforma digital *Facebook*.

Se realizarán capacitaciones del uso de plataformas digitales y sobre presentaciones efectivas de imágenes que usan el programa *Canva*, esto con el propósito de que los colaboradores de la alcaldía auxiliar que tienen a cargo de las publicaciones, mejoren sus mensajes e imágenes.

Para que las acciones previamente establecidas se lleven a cabo con éxito, es necesario realizar una serie de actividades, dentro de las cuales se puede mencionar las siguientes:



TABLA 17 ACTIVIDAD

Acciones	Actividades
Diseño de banners para la prevención sobre el COVID-19 para los vecinos de la Alcaldía Auxiliar Zona 2 de la ciudad Guatemala.	Definir contenido temático del diseño de las imágenes de prevención COVID-19
	Presentar propuesta de contenido a la alcaldía auxiliar.
	Producción el diseño
	Presentación de los banners para su aprobación.
	Subir el material visual a la plataforma digital <i>Facebook</i> .

Fuente: Elaboración propia

TABLA 18 ACTIVIDAD

Acciones	Actividades
Propiciar el uso de la aplicación <i>WhatsApp</i> para mejorar la comunicación interna con los colaboradores de la Alcaldía Auxiliar Zona 2.	Verificación de la existencia el grupo cerrado de <i>WhatsApp</i> .
	Informar de la existencia del grupo de <i>WhatsApp</i> a todos los colaboradores de la Alcaldía Auxiliar Zona 2
	Sugerirles a los administradores del grupo de <i>WhatsApp</i> que incluyan a todos los colaboradores de la Alcaldía Auxiliar Zona 2

Fuente: Elaboración propia



TABLA 19 ACTIVIDAD

Acciones	Actividades
Capacitación virtual de fotografía utilizando un celular, dirigido a los promotores y auxiliares de campo.	Presentar propuesta al alcalde auxiliar de la zona 2 para su aprobación.
	Preparar información y material para la presentación
	Informar a los colaboradores de la alcaldía auxiliar sobre la capacitación virtual.
	Realizar la capacitación.
Desarrollar un taller virtual sobre el manejar la plataforma digital <i>Facebook</i> .	Presentar propuesta al Alcalde Auxiliar de la Zona 2 para su aprobación.
	Preparar información y material para la presentación
	Informar a los colaboradores de la alcaldía auxiliar sobre la capacitación virtual.
	Realizar la capacitación.

Fuente: Elaboración propia

2.7 Financiamiento

El financiamiento para la publicación de los banners sería únicamente el costo del uso del *internet* el cual correría por cuenta de la alcaldía auxiliar y el tiempo del técnico a cargo la página de *Facebook*, Otros gastos como el diseño, la elaboración y la ejecución serán asumidos por el epesista.



2.8 Presupuesto

TABLA 20 PRESUPUESTO

Detalle	Cantidad	Costo por unidad	Costo total
Diseño de los banners	12	50.00	Q600.00
Útiles de librería varios	1	150.00	Q150.00
<i>Internet</i>	2	350.00	Q700.00
Resma de papel	3	35.00	Q105.00
Tinta para impresora	4	75.00	Q300.00
Memoria USB	1	75.00	Q75.00
Docente capacitador	6	400.00	Q2,400.00
Gasolina	6	35.00	Q210.00
Asesoría en comunicación	1	10,000.00	Q10,000.00
Total			Q14,540.00

Fuente: Elaboración propia

2.9 Beneficiarios

Los empleados de la Alcaldía Auxiliar de la Zona 2, quienes se verán beneficiados de la mejor manera porque los vecinos tendrán una mejor perspectiva de las actividades que realizan, los vecinos aprovecharán los recursos que tienen a la mano como el *internet* para estar en contacto del acontecer de la zona 2 de Guatemala, que por la pandemia COVID-19 nos mantiene con el respectivo distanciamiento.



2.10 Recursos humanos

TABLA 21 RECURSO HUMANO

Personal	Puesto	Actividad
Doctor José María Torres Carrera	Coordinador EPS	Coordinó todas las actividades
Magister Evelin Morazán	Supervisora de EPS	Supervisar
Licenciado Mynor René Martínez	Supervisor de EPS	Supervisar el proyecto
Licenciado Jorge Francisco Palacios Aldana	Alcalde Auxiliar	Autorización de plan comunicacional
Licenciada Cristina Hernández	Coordinadora Alcaldía Auxiliar	Asesoría y aprobación de los diseños de los materiales a utilizar
Pablo Pérez	Promotor Social	Reuniones y colaborador para la ejecución del Plan Estratégico
Erick Zamora	Auxiliar de Campo	Reuniones y colaborador para la ejecución del Plan Estratégico
Rodrigo García	Auxiliar de Campo	Reuniones y colaborador para la ejecución del Plan Estratégico
Raúl Wilfredo Ortiz Samol	Estudiante	Planificación y realización de la estrategia, dirección, redacción, asesoría y gestión del proyecto.

Fuente: Elaboración propia



2.11 Área geográfica de acción

Zona 2 de la ciudad capital de Guatemala.

2.12 Cuadro comparativo de la estrategia

TABLA 22 CUADRO COMPARATIVO DE LA ESTRATEGIA

Producto comunicacional	Objetivos específicos	Presupuesto	Recurso humano	Área geográfica de impacto	Beneficiarios	Fecha de ejecución
Diseño de banner para la prevención sobre el COVID-19 para los vecinos de la Alcaldía Auxiliar Zona 2 de la ciudad de Guatemala.	Crear mensajes de prevención del COVID-19 a través de las redes sociales de la Alcaldía Auxiliar de la Zona 2 de ciudad de Guatemala.	Q600.00	Estudiante EPS encargado de comunicaciones	Zona 2 de la ciudad de Guatemala	A los vecinos de la zona 2 de la ciudad de Guatemala	Primera semana de septiembre de 2021
Capacitación virtual de fotografía con celular, dirigido a los promotores y auxiliares de campo.	Reforzar las capacidades de comunicación de los colaboradores internos de la Alcaldía Auxiliar Zona 2 de ciudad de Guatemala.	Q800.00	Estudiante EPS encargado de comunicaciones	Zona 2 de la ciudad de Guatemala	Colaboradores de la Alcaldía Auxiliar Zona 2.	Primera semana de septiembre de 2021
Desarrollar un taller virtual sobre el manejo de la plataforma digital Facebook.	Reforzar las capacidades de comunicación de los colaboradores internos de la Alcaldía Auxiliar Zona 2 de ciudad de Guatemala.	Q1,600.00	Estudiante EPS encargado de comunicaciones	Zona 2 de la ciudad de Guatemala	Colaboradores de la Alcaldía Auxiliar Zona 2.	Segunda semana de septiembre de 2021

Fuente: Elaboración propia



2.13 Cronograma del plan de comunicación

TABLA 23 CRONOGRAMA DEL PLAN DE COMUNICACIÓN

MESES	MESES															
	JUNIO		JULIO		AGOSTO		SEPTIEMBRE		OCTUBRE		NOVIEMBRE		DICIEMBRE			
ACTIVIDAD	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4
1 Elaboración y entrega del plan estratégico de comunicación.																
2 Ejecución del Plan Estratégico de comunicación																
3 Diseño de banners para la prevención sobre el COVID-19 para los vecinos de la Alcaldía Auxiliár Zona 2 de la ciudad Guatemala.																
4 Capacitación virtual de fotografía utilizando celular, dirigido a los promotores y auxiliares de campo.																
5 Desarrollar un taller virtual sobre el manejo de la plataforma digital Facebook.																
6 Presentación y revisión del borrador del informe final																
7 Elaboración del informe final																
8 Evaluación individual (privados)																
9 Entrega del informe digital y escrito con copias de correo de entrega a biblioteca, según normativo.																
10 Finalización del EPS																
11 Graduación																

Fuente: Elaboración propia



Capítulo 3

Ejecución de la Estrategia

3. Informe de Ejecución:

3.1 Diseño de banner para la prevención sobre el COVID-19 para los vecinos de la Alcaldía Auxiliar de la Zona 2 de la ciudad Guatemala.

3.1.1 Objetivo de la actividad

Que los vecinos de la zona 2 tengan conciencia de esta emergencia sanitaria y no bajar la guardia ante el virus que está infectando a más personas cada día y la elaboración de estos banners es para recordarles las medidas preventivas para cuidar a la familia y es por esta razón se investigó el contenido temático del diseño de las imágenes de prevención contra el COVID-19, se presentó la propuesta del contenido a la alcaldía auxiliar, producción del diseño, presentación de los banners para su aprobación, y se publicó el material visual a la plataforma digital *Facebook*.

3.1.2 Medios utilizados

Para la elaboración de los mensajes digitales se utilizó, computadora con acceso a *internet*, utilizando la aplicación de *WhatsApp*, *Facebook* y los programas de diseño *Publisher* y *Canva*.

3.1.3 Área geográfica de impacto

Zona 2 de la ciudad de Guatemala.

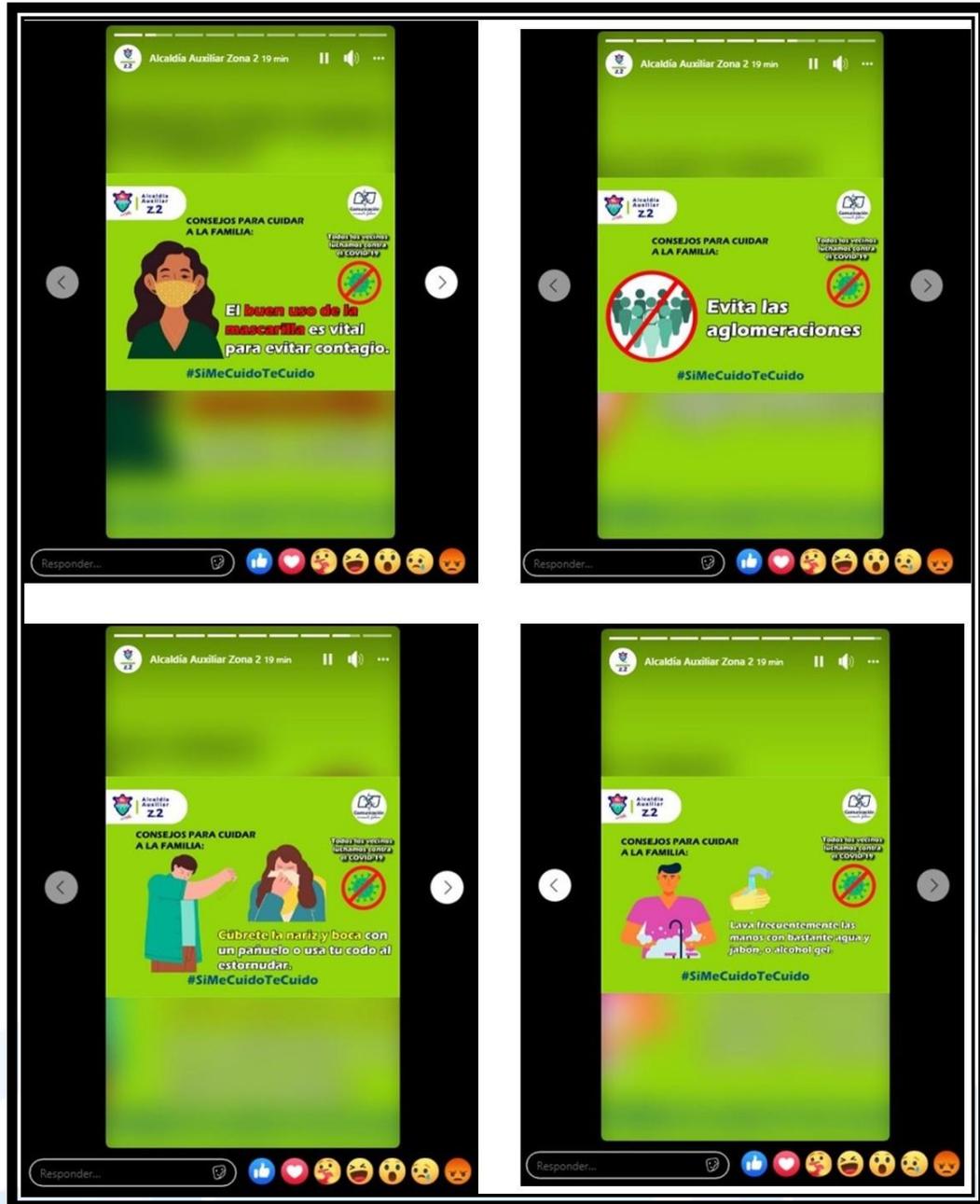
3.1.4 Presupuesto

El presupuesto para esta acción fue de Q 600.00 los cuales incluyeron la asesoría y reuniones virtuales.

3.1.5 Comprobación del material

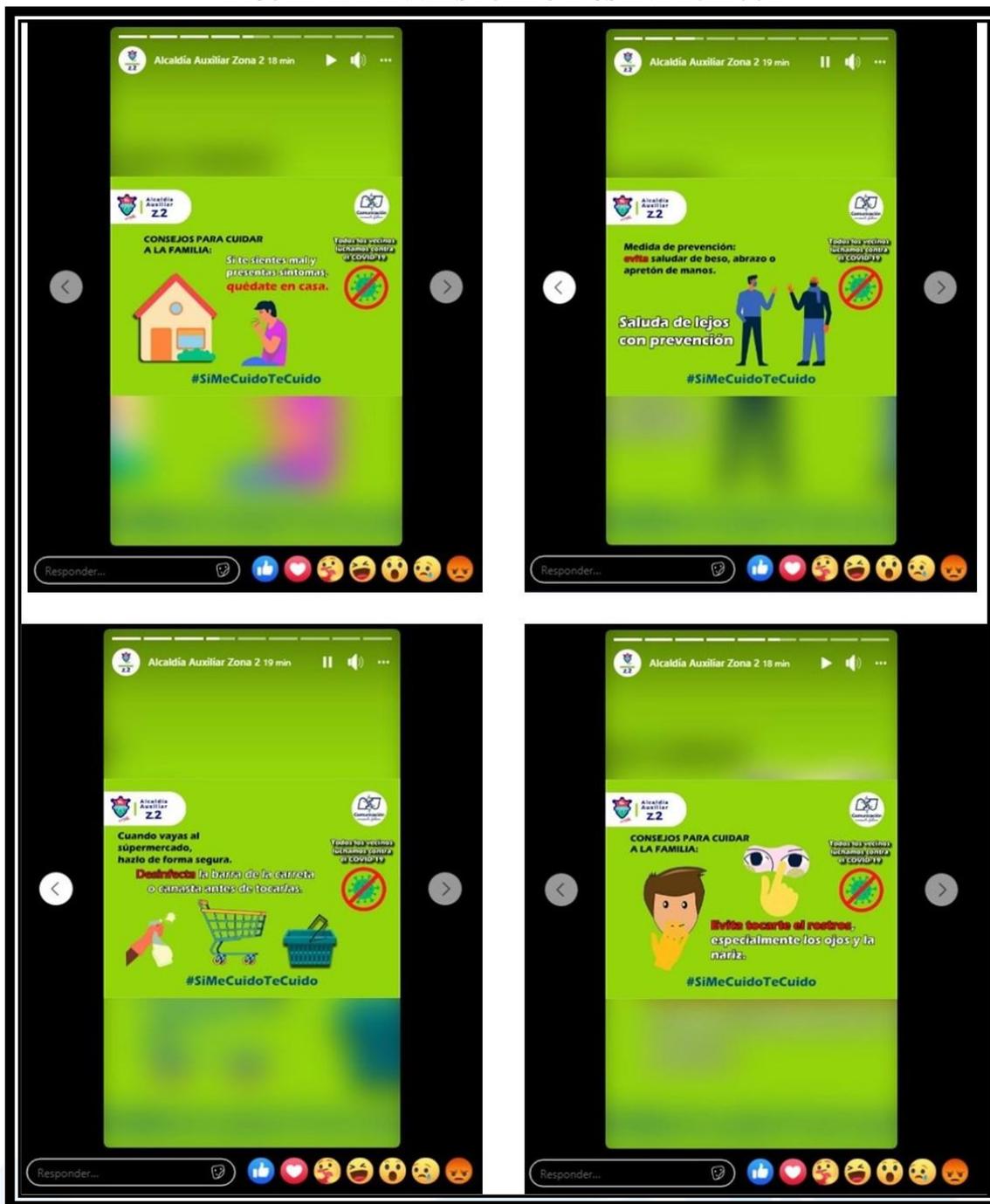
Imágenes publicadas en el mes de septiembre del presente año en la plataforma digital *Facebook* de la Alcaldía Auxiliar de la Zona 2.

FIGURA 20 BANNERS PUBLICADOS EN *FACEBOOK*



Fuente: Captura de imagen de la publicación en *Facebook*

FIGURA 21 BANNERS PUBLICADOS EN FACEBOOK



Fuente: Captura de imagen de la publicación en Facebook



3.2 Capacitación virtual de fotografía utilizando un celular, dirigido a promotores y auxiliares de campo de la Alcaldía Auxiliar de la Zona 2

3.2.1 Objetivo de la actividad

La capacitación se enfocó en la fotografía básica y el uso del celular, actualmente es un aparato tecnológico pequeño y práctico y cuenta con cámara para capturar los momentos importantes, hoy en día algunos son de gama alta son como cámaras profesionales.

Por tal razón se enfoca más para los colaboradores de la alcaldía auxiliar y que las imágenes que se publican tengan un impacto para crear conciencia y pertenencia, de esta manera los vecinos podrán interactuar reenviando los mensajes y transmitir esas sensaciones por medio de una fotografía “una fotografía dice más que mil palabras” y poder difundirlas en la plataforma digital *Facebook* y comentarlas, así ellos pueden interactuar en dicha red social.

3.2.2 Medios utilizados

Medio digital a través de *Google Meet* es la aplicación para videoconferencias de *Google*. Esta herramienta forma parte de *Google Workspace* que cuenta con aplicaciones como *Drive*, *Docs*, *Slides*, *Gmail* y *Calendar*. Esta aplicación mejora la colaboración entre equipos desde cualquier lugar.

Por esa razón se utilizó para el taller virtual de fotografía dirigido a los promotores y auxiliares de campo de la alcaldía auxiliar de la zona 2.

3.2.3 Área geográfica de impacto

Zona 2 de la ciudad de Guatemala.

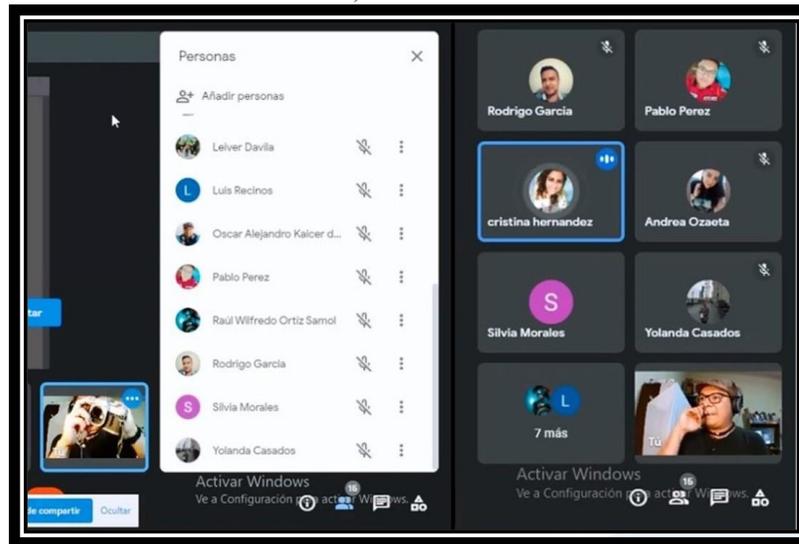


3.2.4 Presupuesto

El presupuesto para esta acción fue de Q 800.00 los cuales incluyeron la asesoría de las reuniones virtuales.

3.2.5 Comprobación del material

FIGURA 22 CAPTURA DE IMAGEN, CAPACITACIÓN VIRTUAL DE FOTOGRAFÍA



Fuente: Elaboración propia

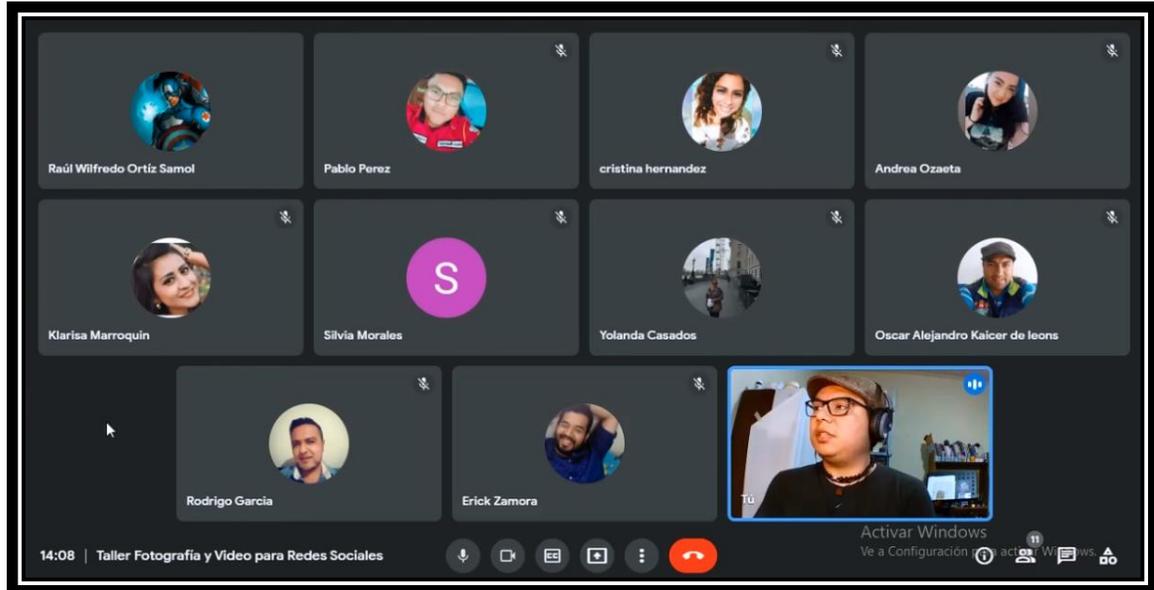
FIGURA 23 CAPTURA DE IMAGEN, CAPACITACIÓN VIRTUAL DE FOTOGRAFÍA



Fuente: Elaboración propia



FIGURA 24 CAPTURA DE IMAGEN, CAPACITACIÓN VIRTUAL DE FOTOGRAFÍA



Fuente: Elaboración propia

3.3 Desarrollar un taller virtual sobre el manejar la plataforma digital

Facebook

3.3.1 Objetivo de la actividad:

Se realizó con el sentido de profesionalizar a los colaboradores de la alcaldía auxiliar que tienen a cargo las publicaciones de las imágenes o banners que van dirigidos a los vecinos, y de esta manera mejorar las publicaciones de los banners en la plataforma digital *Facebook* para beneficio de la comunidad.

3.3.2 Medios utilizados

Medio digital a través de *Google Meet* es la aplicación para videoconferencias de *Google*. Esta herramienta forma parte de *Google Workspace* que cuenta con aplicaciones como *Drive*, *Docs*, *Slides*, *Gmail* y *Calendar*. Esta aplicación mejora la colaboración entre equipos desde cualquier lugar, por esa razón se utilizó para el Taller.



3.3.3 Área geográfica de impacto

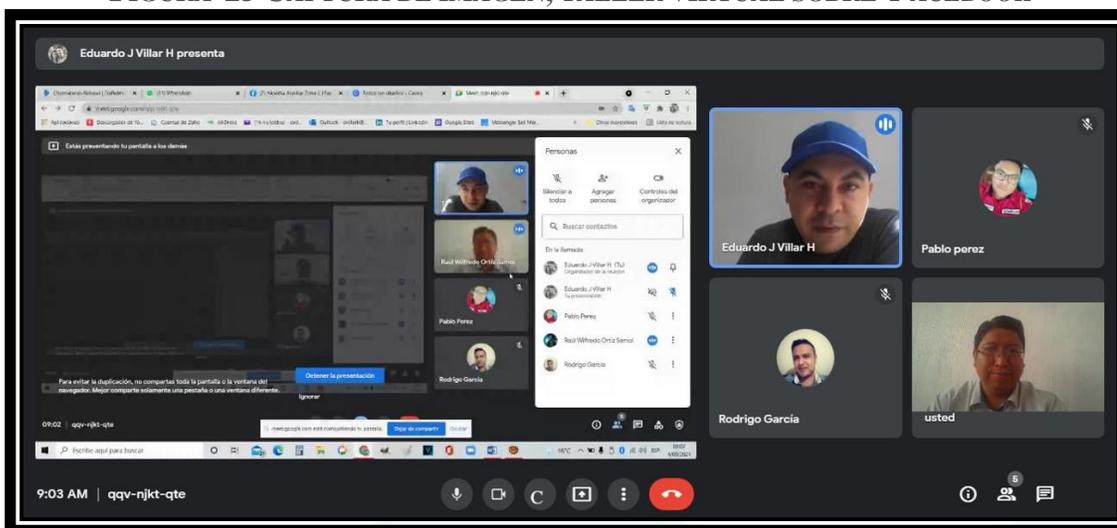
Zona 2 de la ciudad de Guatemala.

3.3.4 Presupuesto

El presupuesto para esta acción fue de Q1600.00 los cuales incluyeron la asesoría de las reuniones virtuales.

3.3.5 Comprobación del material

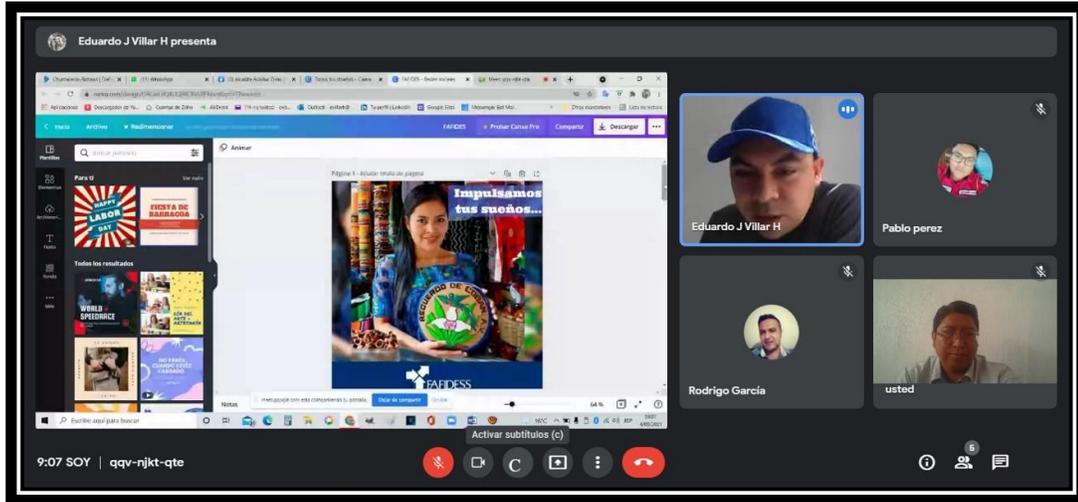
FIGURA 25 CAPTURA DE IMAGEN, TALLER VIRTUAL SOBRE *FACEBOOK*



Fuente: Elaboración propia

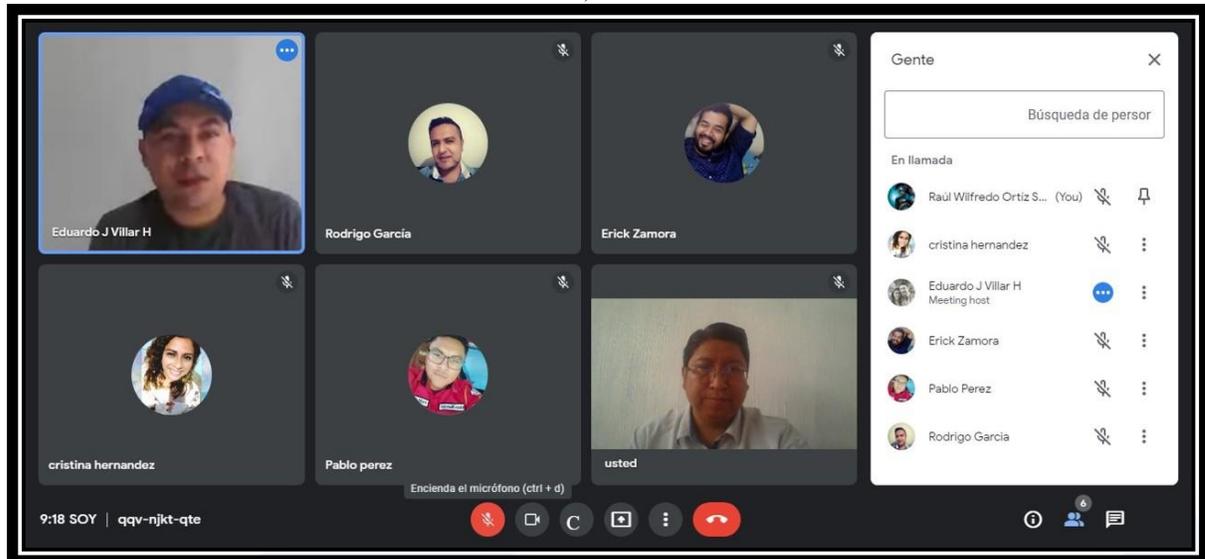


FIGURA 26 CAPTURA DE IMAGEN, TALLER VIRTUAL SOBRE *FACEBOOK*



Fuente: Elaboración propia

FIGURA 27 CAPTURA DE IMAGEN, TALLER VIRTUAL SOBRE *FACEBOOK*



Fuente: Elaboración propia



FIGURA 28 CAPTURA DE IMAGEN, TALLER VIRTUAL SOBRE *FACEBOOK*



Fuente: Elaboración propia



3.4 Actividades y calendarización

TABLA 24 ACTIVIDADES Y CALENDARIZACIÓN

MESES	MESES																							
	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE													
ACTIVIDAD	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4
1 Semana propedéutica																								
2 Elaboración y entrega de informes de la fase propedéutica, más investigación de campo final																								
3 Entrega de carta para las instituciones o empresas																								
4 Proceso de entrega papelería de EPS para completar inscripción																								
5 Elaboración de la evaluación Diagnóstica de Comunicación																								
6 Elaboración y entrega del plan estratégico de comunicación.																								
7 Ejecución del Plan Estratégico de comunicación																								
8 Diseño de banners para la prevención sobre el COVID-19 para los vecinos de la Alcaldía Auxiliar Zona 2 de la ciudad Guatemala.																								
9 Capacitación virtual de fotografía utilizando un celular, dirigido a los promotores y auxiliares de campo.																								
10 Desarrollar un taller virtual sobre el manejo de la plataforma digital Facebook.																								
11 Presentación y revisión del borrador del informe final																								
12 Elaboración del Informe final																								
13 Evaluación individual (privados)																								
14 Entrega del informe digital y escrito con copias de correo de entrega a biblioteca, según Normativo.																								
15 Finalización del EPS																								
16 Graduación																								

Fuente: Elaboración propia



Conclusiones

Después de realizar el presente proyecto y haber recopilado la información a través de un diagnóstico comunicacional, se identificó que los vecinos de la Alcaldía Auxiliar de la Zona 2, muestran desinterés en los mensajes desarrollado en la página oficial de *Facebook*.

Como parte del diagnóstico también se identificó la necesidad de reforzar las capacidades internas de los colaboradores de la alcaldía auxiliar, para la generación de contenidos y desarrollo de mensajes digitales

Como resultado de las capacitaciones en el taller de fotografía los auxiliares de campo aprendieron la forma correcta de capturar unas imágenes de interés para los vecinos y aprovechar las condiciones para mejorar los mensajes de forma visual.

Para fomentar la prevención del COVID-19 se diseñaron y publicaron 12 post en la red institucional de *Facebook*, con el fin de crear conciencia en los vecinos, obteniendo reacciones positivas de la población de la zona 2.



Recomendaciones

Se recomienda a la Alcaldía Auxiliar de la Zona 2

Desarrollar capacitaciones de temas de comunicación para el personal que colabora para la institución para mejorar los contenidos en redes sociales para los vecinos.

Continuar informando sobre la prevención del COVID-19 a los vecinos de la zona 2, utilizando los medios digitales para contribuir con la salud de la comunidad.

Incrementar la cantidad de mensajes, para mantener informados a los vecinos sobre temas de interés e información para los habitantes de la zona 2.

Se recomienda a la Escuela de Ciencias de la Comunicación

Brindar capacitaciones en temas de usos de redes sociales y herramientas digitales, para desarrollar las capacidades técnicas de los estudiantes y desarrollar mejores productos comunicacionales.



Referencias

Berlo, D. K. (1984). *El proceso de la comunicación*. Buenos Aires: El Ateneo.

Código Municipal. (10 de 7 de 2021). *Código Municipal* . Obtenido de Código Municipal:
<https://srp.gob.gt/wp-content/uploads/2012/04/Codigo-Municipal.pdf>

Collado, D. C. (2014). *Metología de la investigación*. México: Mc Graw Hill Education.

comunicación, E. p. (1984). *David K. Berlo*. Buenos Aires: El ateneo.

concepto. (20 de 7 de 2021). *¿Que es la observación?* Obtenido de ¿Que es la observación?:
<https://concepto.de/observacion/>

Enz, A. (2012). *Manual de comunicación para organizaciones sociales: hacia una gestión estratégica y participativa*. Argentina: Staff.

Garcés, M. G. (1 de 10 de 2021). *Como elaborar el plan de comunicación*. Obtenido de
https://www.academia.edu/5840515/Como_elaborar_el_plan_de_comunicaci%C3%B3n

García, L. A. (2008). *Indicadores de la gestión logística*. Colombia: Ecoe Ediciones.

Guatemala Capital Iberiamericana de la Cultura. (12 de 7 de 2021). *Informe de Gestión*. Obtenido de Informe de Gestión:

https://www.minfin.gob.gt/images/downloads/informes_gestion/1cuatri15/muni3.pdf

<https://www.significados.com/tipos-de-investigacion>. (1 de 8 de 2021).



<https://www.significados.com/tipos-de-investigacion>. Obtenido de

<https://www.significados.com/tipos-de-investigacion>:

<https://www.significados.com/tipos-de-investigacion>

Institucional, S. E. (01 de 10 de 2021). *El Proceso de la Comunicación*. Obtenido de

<https://secitgu.eco.catedras.unc.edu.ar/unidad-1/comunicacion-y-sociedad/el-proceso-de-comunicacion/>

Interiano, C. (1997). *Semiología y comunicación*. Guatemala: Popular.

Investigación. (15 de 7 de 2021). *Métodos, tipos y enfoques de investigación*. Obtenido de

Métodos, tipos y enfoques de investigación:

<http://sanjahingu.blogspot.com/2014/01/metodos-tipos-y-enfoques-de.html>

Memoria de labores Municipalidad de Guatemala. (13 de 7 de 2021). *Unidad de apoyo a las alcaldías auxiliares*. Obtenido de Unidad de apoyo a las alcaldías auxiliares:

http://docs.muniguate.com/2020/memoria/arch/MEMORIA_DE_LABORES_2019_UNIDAD_DE_APOYO_A_LAS_ALCALDIA_AUXILIARES.pdf

Municipalidad de Guatemala. (15 de 04 de 2021). *Historia de la Nueva Guatemala de la Asunción*. Obtenido de Historia: <http://www.muniguate.com/historia/>

Municipalidad de Guatemala. (11 de 7 de 2021). *Memoria de Labores 2018*. Obtenido de

Memoria de Labores:

http://docs.muniguate.com/2019/memoria/arch/MEMORIA_DE_LABORES_2018_DIRECCION_DE_EDUCACION_Y_CULTURA.pdf



Paáu, P. R. (2016). *Diagnóstico y propuesta de comunicación externa para la Municipalidad del municipio de santa cruz naranjo del Departamento de Santa Rosa*. Guatemala: Tesis.

Quiñonez, L. J. (2014). *Diagnóstico de comunicación interna en la municipalidad de Villa Nueva*. Guatemala: Tesis.

Ramos, R. d. (2006). *Metodos de investigación social*. Guatemala: Ediciones Educativas.

Sampieri, D. R. (2014). *Metodología de la investigación*. México: Mc Graw Hill Education.

Significados. (14 de 07 de 2021). *Tipos de Investigación*. Obtenido de Tipos de Investigación: <https://www.significados.com/tipos-de-investigacion/>

Soto, L. G. (2006). *Comunicación Estratégica para las Organizaciones*. Quito, Ecuador: Ciespal.

Tunche, S. X. (2020). *Diagnóstico Y Estrategia de Comunicación Externa En Redes Sociales Para El Instituto Nacional De La Marimba Del Ministerio De Cultura Y Deportes*. Guatemala: Tesis.

Yerena, M. d. (2011). *Comunicación oral y escrita*. México: Pearson.



IV. Anexo

FIGURA 29 MODELO DE LA ENTREVISTA



Entrevista

Nombre:

Cargo que ocupa:

Tiempo que ha ocupado el cargo:

- 1.- ¿Considera que existe buena comunicación con la población de la Zona 2?
- 2.- En el tiempo en el que ha estado en el puesto
¿Se ha enterado de campañas de concientización a los vecinos sobre la pandemia COVID-19?
- 3.- ¿Tiene usted conocimiento si existe algún proyecto comunicacional en beneficio a los vecinos?
- 4.- Dentro de sus labores ¿Usted ha tenido a su cargo algunas gestiones de comunicación con la población de la zona 2?
5. ¿Cree usted que la atención que presta a los vecinos de la zona 2, cumple con la cartera de servicios?
6. ¿Qué propone usted, para que los servicios que presta la Alcaldía Auxiliar tengan una mejor aceptación?
7. ¿Cree usted que es importante seguir informando a los vecinos de la Zona 2, de las actividades de la Alcaldía Auxiliar?

Fuente: Elaboración propia



FIGURA 30 ENCUESTA A LOS VECINOS, PREGUNTA DEL UNO AL CUATRO



Encuesta

1.- ¿En qué rango de edad se encuentra?

- 18-24 años
- 25-34 años
- 35-44 años
- 45-55 años
- más de 55 años

2.- De los siguientes dispositivos ¿Con cuál se conecta con mayor frecuencia a internet?

- Teléfono celular
- Laptop
- Computadora de escritorio (PC)
- Tablet
- Smart TV

3.- ¿Qué tipo de medio de comunicación utiliza principalmente para informarse?

- Periódico
- Radio
- Televisión
- Páginas Web
- Redes Sociales
- Ninguno
- No miro noticias

4.- ¿Cuánto tiempo al día, se conecta a internet?

- Menos de 1 hora
- De 1 a 2 horas
- De 2 a 3 horas
- De 3 a 5 horas
- De 6 a 8 horas
- Más de 8 horas

Fuente: Elaboración propia



FIGURA 31 ENCUESTA A LOS VECINOS, PREGUNTA DEL CINCO AL OCHO



Encuesta

5.- ¿Con qué frecuencia consulta los diferentes medios informativos?

- Revistas digitales
- Radios digitales
- Televisiones digitales
- Páginas Web
- Redes sociales

6.- ¿Le interesa estar informado de las actividades de la Alcaldía Auxiliar de la Zona 2?

- Muy interesado
- Interesado
- Algo interesado
- Poco interesado
- Nada interesado

7.- ¿Suele publicar comentarios en las redes sociales?

- Si
- No
- Algunas veces
- Nunca

8.- ¿Qué tipo de contenido publica usted, con mayor frecuencia en su perfil de Facebook?

- Solo texto
- Imágenes con texto
- Videos con texto
- Audio con texto
- No publica

Fuente: Elaboración propia



FIGURA 32 ENCUESTA A LOS VECINO, PREGUNTA DEL NUEVE AL DOCE



Encuesta



9.- ¿Qué gestiones le gustaría que se realizaran en la Alcaldía Auxiliar de la Zona 2?

10.- En la red social *Facebook* de la Alcaldía Auxiliar de la Zona 2
¿Conoce que clase de noticias publican?

11.- ¿Le es satisfactorio el servicio que brinda la Alcaldía Auxiliar de la Zona 2?

12.- ¿Conoce sobre las actividades que está implementando la Alcaldía Auxiliar de la Zona 2?

13.- ¿De qué forma prefiere hacer sus gestiones o tramites en la Alcaldía Auxiliar de la Zona 2?

14.- ¿Cómo calificaría la atención que brinda en forma presencial en la Alcaldía Auxiliar de la Zona 2?

Fuente: Elaboración propia

FIGURA 33 REUNIÓN DENTRO DE LAS INSTALACIONES DE LA ALCALDÍA AUXILIAR ZONA 2



Fuente: Fotografía proporcionada por el promotor Pablo Pérez



FIGURA 34 FOTOGRAFÍA DE LAS INSTALACIONES DE LA ALCALDÍA AUXILIAR ZONA 2



Fuente: Elaboración propia

FIGURA 35 COTIZACIÓN TALLER DE FOTOGRAFÍA

Santiago González
Comunicación Social
santiago.gonzalez25@gmail.com
+502 5504 4105

DÍA	MES	AÑO
19	Julio	2021

Cotización

Nombre: **Alcaldía Auxiliar Zona 2** NIT: CP

Dirección: **Ciudad**

Cantidad	Descripción	Valor Unitario	Total
1	Servicio Taller de Fotografía y Videos para Organizaciones Sociales.	Q.800.00	Q.800.00
Total Q.		Q.800.00	

Fuente: Santiago Emilio González Toledo Capacitador.



FIGURA 36 BITÁCORA DE OBSERVACIÓN

BITACORA DE OBSERVACIÓN				
Alcaldía Auxiliar Zona 2 de la ciudad de Guatemala				
<table border="1"><tr><td>Presencial</td></tr><tr><td>Virtual</td></tr></table>			Presencial	Virtual
Presencial				
Virtual				
Nombre del observador: Raúl Wilfredo Ortiz Samol	Fecha: marzo 2021 Hora:	No. de participante 15 personas permanente		
Historia				
Misión				
Visión				
Valores				
Principios				
Públicos objetivos				
Actores Claves				
Dirección				
Teléfono				
No. De empleados				
Manual de Procedimientos				
Código de conducta				
Plan estratégico institucional				
Manual de identidad gráfica				
Organigrama				
Página <i>Web</i>				
Instalaciones propias				
Sello de la Alcaldía Auxiliar Zona 2				
Firma del responsable: Lic. Jorge Francisco Palacios Aldana				
Fecha: Marzo y Abril 2021				

Fuente: Elaboración propia



FIGURA 37 PLAN ESTRATÉGICO DE LA ALCALDÍA AUXILIAR ZONA 2



Muni Guate
Comparte

Alcaldía Auxiliar
Zona 2



Guatemala
CAPITAL VERDE
IBEROAMERICANA 2019

PLAN ESTRATÉGICO 2011
ZONA 2

INTRODUCCIÓN

La participación activa de vecinos se hace imprescindible para la resolución de los problemas, la toma de decisiones, el fortalecimiento de la capacidad de la población y sin duda de la potenciación social, ya que las decisiones que se tomen serán orientadas hacia la sociedad desde las autoridades de las políticas públicas, por lo que la resolución de problemas y los procesos de decisiones no siempre resuelve lo que la comunidad quiere. Es por esto que la participación social en la toma de decisiones es relevante, ya que solo de esta manera los agentes sociales lograrán aportar desde ellos mismos a la resolución de conflictos.

Es por ello la necesidad de planear estrategias y herramientas para intervenir en la realización de las necesidades planteadas por los vecinos y vecinas de cada comunidad impactando de tal manera que se establezca una identidad con la Municipalidad de Guatemala a través de la Alcaldía Auxiliar de la zona 2.

MISIÓN:

La Municipalidad de Guatemala brinda a todos los vecinos los servicios que necesitan.

VISIÓN:

"Crear una Ciudad para vivir"

muniguate.com
T. 1551
f t i

3ra. Avenida 3-39 Barrio Jocotenango,
zona 2
Teléfono: 2253-0359
alcaldiaauxiliar2@gmail.com

Fuente: Alcaldía Auxiliar Zona 2.



FIGURA 38 PÁGINA DE LA ALCALDÍA AUXILIAR ZONA 2

Muni Guate 1551 Call Center 123 CBM Buscar...

INICIO CIUDAD - MUNI - TRANSPARENCIA - NOTICIAS ACUERDOS

MUNI Bicentenario 1821 - 2021

Alcaldía Auxiliar zona 2

Categorías

- Alcaldías
- Concejo
- Noticias Internacionales
- Noticias Municipales
- Revista
- Transito

Entradas recientes

- Certifican A Dirección De Catastro Como Oficina Verde
- Conversatorio: Reciclaje De Baterías Automotrices
- Esfuerzo Constante Por Un Mejor Ornato
- Acciones Favorecen La Seguridad Y El Orden Vial
- Proyectos Que Mejorarán La Calidad De Vida En Zona 18

Alcaldía Auxiliar: Jorge Francisco Palacios Aldana
Dirección: 3a. Avenida 3-39 Barrio Jacotenango zona 2 (a un costado de Mcdonalds Zapata)
Teléfono: 22530359
Correo electrónico: alcaldiaauxiliar2@gmail.com

Fuente: Captura de Internet





Comunicación

creando futuro