

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



**DIAGNÓSTICO Y ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN EXTERNA
PARA EDUCAR AL VECINO EN EL TEMA DEL CUIDADO ANIMAL
EN LA DIRECCIÓN DE BIENESTAR ANIMAL, ALCALDIA AUXILIAR
ZONA 21**

**YASMIN EUNICE SALAZAR ARMAS
LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

GUATEMALA, OCTUBRE DE 2021

Universidad de San Carlos de Guatemala

Escuela de Ciencias de la Comunicación

Ejercicio Profesional Supervisado



**Diagnóstico y estrategia de comunicación externa para educar al vecino
en el tema del cuidado animal en la Dirección de Bienestar Animal, alcaldía
auxiliar zona 21**

Presentado por:
Yasmin Eunice Salazar Armas

Previo a optar al título de:
Licenciada en Ciencias de la Comunicación

Asesora:
Máster Evelin Morazán Gaitán

Guatemala, octubre de 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 LópezGerardo

Iván Porres Bonilla

Representante de Egresados

M.Sc. Ana Cecilia del Rosario Andrade de Fuentes

Secretario

M.A. Héctor Arnoldo Salvatierra

**Comisión de EPS de Licenciatura
Coordinador**

Dr. José María Torres Carrera

Supervisoras

M.A. Evelin Morazán Gaitán.

M.A. Evelin Hernández

Lcda. Krista María Ramírez

Lcda. Brenda Yanira Chacón Arévalo

Supervisores

M.A. Marvin Sarmientos Yuman

Lic. Luis Fernando Lucero

Lic. Mynor René Martínez

Lic. Julio Sebastián Chilín



Guatemala, octubre 15 de 2021

Estudiante de EPS de Licenciatura
Yasmin Eunice Salazar Armas
Carné: 201322313
Presente.

Para su conocimiento y efectos se hace constar que:

Después de evaluar su trabajo académico impreso y de manera virtual, titulado: **“Diagnóstico y estrategia de comunicación externa para educar al vecino en el tema del cuidado animal en la Dirección de Bienestar Animal, alcaldía auxiliar zona 21”** y luego de haber sustentado el examen privado y defensa de su proyecto de EPS, de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, se aprueba por unanimidad por parte del tribunal examinador.

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

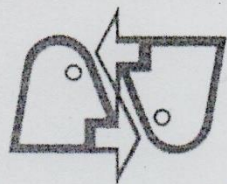
Sin más que hacer constar:

“ID Y ENSEÑAD A TODOS”

M.A. Evelin Morazán Gaitán
Supervisora



Dr. José María Torres Carrera
Coordinador



Comunicación
creando futuro

Guatemala 8 de marzo de 2021
EPSL-C0151

Señora:
Sara Polanco
Coordinadora Albergue Municipal de Perros
Alcaldía Auxiliar De Bellos Horizontes Zona 21
Presente.

Distinguida Señora Polanco:

Por medio de la presente se solicita aceptar como practicante del programa de graduación del EPS de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, a la estudiante **Yasmin Eunice Salazar Armas**, carné no. **201322313** 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,

"DÉJEME 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 Comuni
Edificio M2, Ciudad Universitaria
Zona 12, Ciudad de Guatemala
www.comunicacion.usac.gg



DIRECCIÓN DE BIENESTAR ANIMAL
16ª Avenida 11-54 Colonia Bello Horizonte zona 21
T. 1551 - Teléfono: 24488853



Guatemala, 25 de marzo 2021

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

Estimado Dr. Torres:

Por medio de la presente me dirijo a usted, para hacer de su conocimiento que hemos autorizado al estudiante: **Yasmin Eunice Salazar Armas**, con número de carné **201322313**, de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala la realización del Ejercicio Profesional Supervisado correspondiente a la carrera de **Licenciatura en Ciencias de la Comunicación**, en nuestra institución Dirección de Bienestar Animal, siempre y cuando la alumna se adaptare a las políticas de distanciamiento y protocolos sanitarios de esta respetable institución.

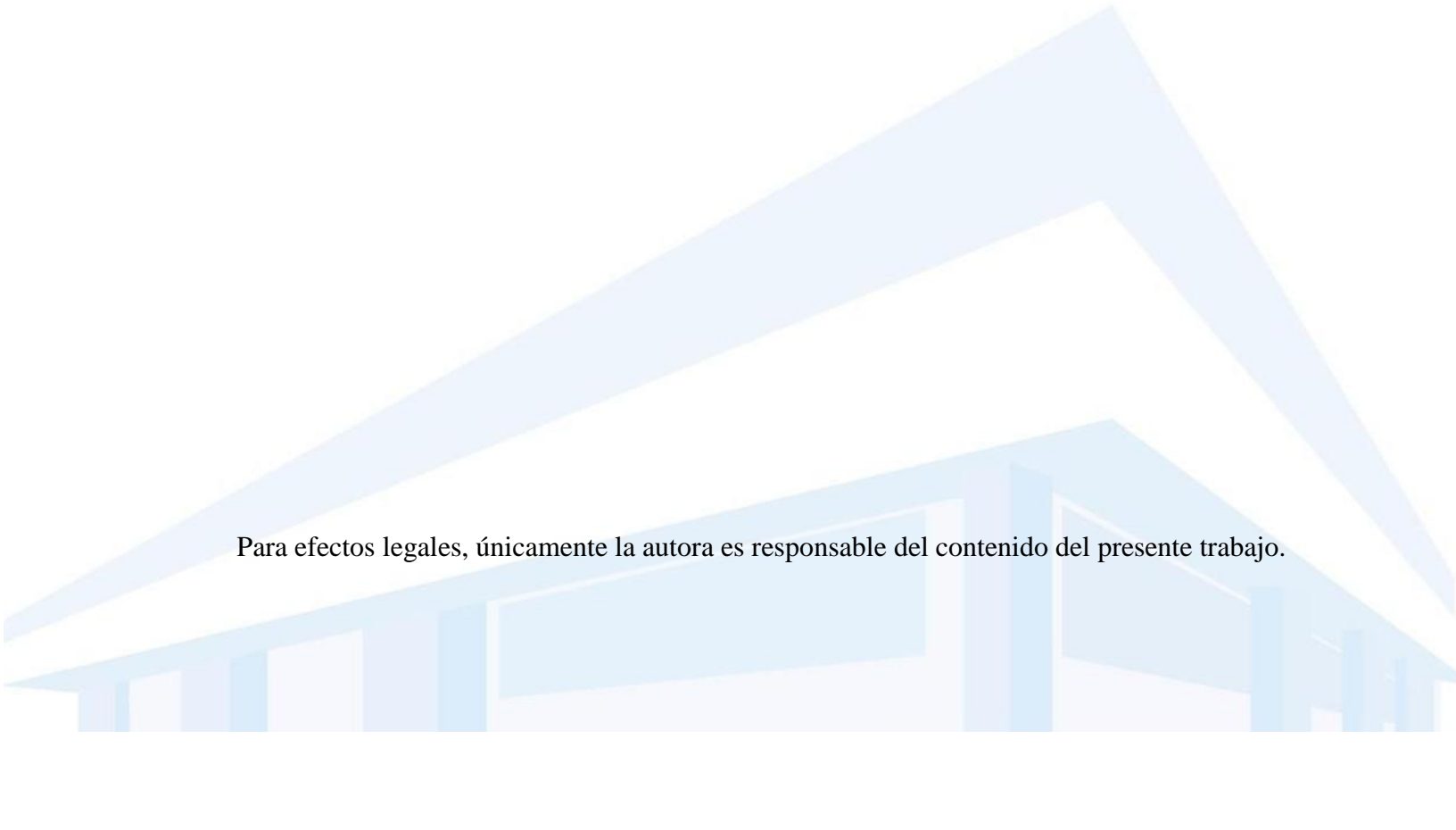
Debiendo cumplir 800 horas de práctica comprendidas en el periodo del 25 de marzo al 30 de agosto del 2021.

Atentamente,

Lic. Jorge Mario García Rodríguez
DIRECTOR GENERAL
Dirección de Bienestar Animal



ALBERGUE
Municipal **21**



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

Dedicatoria a:

Dios	Por la vida, sabiduría, por permitirme cumplir este sueño tan anhelado.
Mi madre	Arely Salazar Armas, por el amor y apoyo incondicional, por ser el pilar, fortaleza y motor de vida que me motiva a seguir adelante.
Padres y abuelos	Edgar Isaúl Salazar, Obdilio Herrera, Raquel Gutiérrez, que desde el cielo me han acompañado y me han brindado sabiduría, vivirán en mí corazón todos los días de mi vida.
Hermanos	Deisy Salazar Armas, Eldin Salazar gracias por creer en mí y demostrarme su orgullo y su amor incondicional
Amigos	Gracias por apoyarme y motivarme a salir adelante por estar en los momentos más difíciles.
Tíos	Hilda Salazar, Delia Salazar, Elivar Armas, por confiar y apoyarme siempre.

Agradecimientos a:

Dios por ser mi luz, mi fortaleza por darme la sabiduría para cumplir esta meta tan importante.

Universidad de San Carlos por ser por ser mi segundo hogar de enseñanzas por darme la oportunidad de crecer como profesional.

Escuela de Ciencias de la Comunicación, por ser mi cómplice por más de 6 años por abrirme las puertas de enseñanza aprendizaje.

Coordinación del Ejercicio Profesional Supervisado -EPS- Dr. José María Torres, por el apoyo, por su valioso aporte para la finalización de mi etapa profesional.

A Máster Evelin Morazán por ser mi guía y acompañarme en todo este proceso de aprendizaje.

Alcaldía Auxiliar de Bello Horizonte zona 21, por el apoyo y confianza hacia mi persona para realizar el Ejercicio Profesional Supervisado.

Familia Ramírez Nájera por ser una familia ejemplar y brindarme su apoyo incondicional.

A mis amigos Martha Cano, Edvin López, Byron Orellana por acompañarme y apoyarme en este recorrido tan importante.

Índice de contenido

Índice de figuras	i
Índice de tablas	ii
Introducción	iii
Antecedentes	iv
Justificación.....	vii
Capítulo 1	1
Diagnóstico de comunicación.....	1
1.1 La Institución	1
1.2. Perfil Institucional	1
1.3. Ubicación Geográfica	1
1.4. Integración y alianzas estratégicas.....	2
1.5 Origen e historia	2
1.6 Departamento o dependencias de la institución	4
1.7. Organigrama de la institución	6
1.8. Misión	7
1.9. Visión	7
1.10 Objetivos Institucionales	7
1.11. Público objetivo.....	8
1.12. Diagnóstico	8
1.13. Objetivos del diagnóstico	8
Objetivos específicos.....	9
1.14. Tipos de Investigación	9

1.15. Enfoque y como se divide.....	9
1.16. Técnicas de recolecciones de datos.....	10
1.16.1. Observación.....	11
1.16.1.1 Tipos de observación	11
1.16.1.2. Lo observado en el Albergue Municipal.....	12
1.16.2 Documentación	12
1.16.3 Entrevistas a profundidad	12
1.16.3.1 Resultados de las Entrevistas.....	12
1.16.4 Grupos focales.....	14
1.16.5 Encuestas	14
1.17 Interpretación de resultados.....	16
1.18 FODA.....	22
1.19. Problemas detectados	23
1.20. Planteamiento del problema comunicacional	24
1.20. Indicadores de éxito.....	24
1.21. Proyecto a desarrollar	24
Capítulo 2	25
Plan estratégico de comunicación.....	25
2.1 Plan de Comunicación.....	25
2.2 Misión	26
2.3 Visión	26
2.4 Elementos comunicacionales.....	26
2.4.1. Comunicación	26

2.4.1.1 Características de la comunicación.....	27
2.4.1.2 Funciones de la comunicación	27
2.4.1.3. Proceso de la comunicación	27
2.4.1.4. Elementos de la comunicación.....	27
2.4.1.5. Comunicación eficiente	28
2.4.1.7. Ruidos de la comunicación	28
2.4.1.8. Medios de comunicación	29
2.4.1.9. La comunicación organizacional.....	29
2.4.1.10. Comunicación interna	29
2.4.1.11. Comunicación externa.....	29
2.4.1.12. Tipos de comunicación externa.	29
2.4.1.13. Canales de comunicación externa	30
2.5. Alcances y límites de la estrategia	31
2.6. Metodología para aplicación de la estrategia de comunicación	32
Objetivo general:.....	32
2.6.3. Acciones para conseguir los objetivos.....	33
2.6.4. Indicadores para medir su cumplimiento	33
2.6.5. Los instrumentos.....	34
2.7. Actividades para la operatividad de la estrategia.....	35
Fuente: elaboración propia.....	37
2.8 Financiamiento	38
2.9 Presupuesto	38
2.10. Beneficiarios	39

2.11. Recursos Humanos	40
2.12. Área Geográfica de acción	40
2.13. Cuadro corporativo de la estrategia.....	41
2.14. Cronograma del plan.....	42
Capítulo 3	43
Ejecución de la estrategia.....	43
3. Informe de la ejecución	43
3.1. Ejecución 1 - fotografías.	43
3.2. Ejecución 2 - Cápsulas	45
3.3. Ejecución 3- Afiches	46
3.4. Ejecución 4 - Manual educativo	47
3.5. Ejecución 5 - Banner roll up.....	48
3.6. Ejecución 6 - Donación.....	49
Conclusiones.....	50
Recomendaciones.....	51
Referencias bibliográficas	52

Índice de figuras

Figura 1 – ubicación	1
Figura 2 – albergue municipal	4
Figura 3 – albergue municipal	4
Figura 4 – organigrama.....	6
Figura 5 – formula	15
Figura 6 – ¿Tiene alguna mascota?	16
Figura 7- ¿Conoce el albergue municipal de mascotas de la alcaldía auxiliar de zona 21?.....	17
Figura 8 – Si tu respuesta fue no ¿Te gustaría conocer más información del albergue?.....	18
Figura 9- ¿Conoces los servicios que brinda el albergue?.....	19
Figura 10- ¿Por cuál medio de gustaría recibir información del albergue?.....	20
Figura 11- ¿Te gustaría hacer voluntariado?	21
Figura 12 – FODA	23
Figura 13- canales de comunicación	28
Figura 14 Post de Facebook	44
Figura 15- cápsulas.....	45
Figura 16- afiche.....	46
Figura 17 – manual educativo	47
Figura 19 – donación	49

Índice de tablas

Tabla 1- programas y talleres	5
Tabla 2 Indicadores para medir su cumplimiento	33
Tabla 3 de instrumentos.....	34
Tabla 4-actividad 1	35
Tabla 5 – actividad 2	35
Tabla 6 –actividad 3	36
Tabla 7- actividad 4	36
Tabla 8-actividad 5	37
Tabla 9-actividad 6	37
Tabla 10 – presupuesto	38
Tabla 11 – beneficiarios.....	39
Tabla 12 – recursos humanos	40
Tabla 13 – cuadro comparativo	41
Tabla 14 cronograma del plan	42
Tabla 15 – fotografías.....	43
Tabla 16 – contenido digital – fotografías.....	45
Tabla 17 – afiches.....	46
Tabla 18 – Manual educativo	47
Tabla 19 –banners roll up	48

Introducción

Como parte de las fases del Ejercicio Profesional Supervisado (EPS), este trabajo forma parte del diagnóstico y plan de comunicación llevado a cabo en la Alcaldía Auxiliar de Bello Horizonte zona 21, específicamente en la Dirección de Bienestar Animal. Realizado con la finalidad de hacer un estudio, una reflexión y un análisis de la institución mencionada, Dicho estudio con el objetivo de identificar debilidades, potencialidades y fortalezas que permitan construir una base sólida para la elaboración de un plan de acción estratégico comunicacional.

Del mismo modo se presentan antecedentes históricos, composición y estructura de la institución, para la recolección de dicho diagnóstico se utilizaron herramientas cualitativas y cuantitativas que permitieron profundizar sobre el problema actual. Con este diagnóstico se detectarán las necesidades comunicacionales.

La Alcaldía Auxiliar de zona 21 es una institución que vela por la conservación, protección y desarrollo de su circunscripción territorial, además de promover la organización y participación sistemática y efectiva de la comunidad en la identificación y solución de los problemas locales.

Se recabó información necesaria que ayudaría a fortalecer la comunicación de la Dirección de Bienestar Animal poniendo a prueba cada una de las problemáticas que presenta en su comunicación externa. En ese sentido se propone realizar un plan estratégico comunicacional que beneficie a la Dirección de Bienestar Animal para dar posibles soluciones a los hallazgos encontrados.

Antecedentes

En la actualidad las herramientas tecnológicas han tenido un avance significativo, el internet ha influenciado en la cultura, en sí misma, que abarca numerosas actividades de la sociedad, la capacidad tecnológica y las corporaciones multimedia hicieron posible que dominaran el espectro de los proveedores de este contenido.

Un primer trabajo corresponde a (Morales Alonzo, 2014) quién presentó el tema de investigación “Comunicación interna en la dirección de desarrollo social de la Municipalidad de Guatemala”. Se presta a una investigación del contexto de la Municipalidad, su cronograma, su visión, su misión etc.

Este plan se relaciona con la investigación en curso ya que propone una base de datos importantes a través de enunciados claros y una estructura que la complementa.

En ese sentido 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. (Municipalidad de Guatemala, 2012)

En cada Municipalidad de Guatemala existe un Consejo Municipal que es también llamado Corporación Municipal es el órgano colegiado superior de deliberación y de decisión de los asuntos municipales, de cada municipalidad (Diccionario Municipal de Guatemala, 2009)

La Municipalidad de Guatemala promueve la actualización de sus planes de atención a vulnerabilidades, dando paso a una política de atención a emergencias y desastres cuya finalidad está orientada a priorizar la protección de la vida, la salud e integridad de los vecinos, así como el manejo adecuado de la información hacia los medios de comunicación y población en general.

Para mejorar los servicios, lograr un mayor acercamiento y participación de los clientes. Las alcaldías auxiliares se originan a través de lo que establece el Artículo 56 del Código Municipal, el cual dice:

El Concejo Municipal, de acuerdo con los usos, normas, y tradiciones de las comunidades, reconocerá a las alcaldías comunitarias o alcaldías auxiliares, como entidades representativas de las comunidades, en especial para la toma de decisiones y como vínculo de relación con el gobierno municipal.

El nombramiento de alcaldes comunitarios o alcaldes auxiliares lo emitirá el alcalde municipal, con base a la designación o elección que hagan las comunidades de acuerdo con los principios, valores, procedimientos y tradiciones de las mismas. Las competencias propias del municipio se establecen en el Artículo 68 del Código Municipal, el cual indica: “Las competencias propias deberán cumplirse por el municipio, por dos o más municipios bajo convenio, o por mancomunidad de municipios, y son las siguientes:

- a) Abastecimiento domiciliario de agua potable debidamente clorada; alcantarillado; alumbrado público; mercados; rastros; administración de cementerios y la autorización y control de los cementerios privados; limpieza y ornato: formular y coordinar políticas, planes y programas relativos a la recolección, tratamiento y disposición final de desechos y residuos sólidos hasta su disposición final;
- b) Pavimentación de las vías públicas urbanas y mantenimiento de las mismas;
- c) Regulación del transporte de pasajeros y carga, y sus terminales locales;
- d) La autorización de megáfonos o equipos de sonido a exposición al público en la circunscripción del Municipio;
- e) Administrar la biblioteca pública del municipio;
- f) Promoción y gestión de parques, jardines y lugares de recreación;
- g) Gestión y administración de farmacias municipales populares;
- h) La prestación del servicio de policía municipal;
- i) Cuando su condición financiera y técnica se los permita, generar la energía eléctrica necesaria para cubrir el consumo municipal y privado;

- j) Delimitar el área o áreas que dentro del perímetro de sus poblaciones puedan ser autorizadas para el funcionamiento de los siguientes establecimientos: expendio de alimentos y bebidas, hospedaje, higiene o arreglo personal, recreación, cultura y otros que por su naturaleza estén abiertos al público;
- k) Desarrollo de viveros forestales municipales permanentes, con el objeto de reforestar las cuencas de los ríos, lagos, reservas ecológicas y demás áreas de su circunscripción territorial para proteger la vida, salud, biodiversidad, recursos naturales, fuentes de agua y luchar contra el calentamiento global; y, l) Las que, por mandato de ley, le sea trasladada la titularidad de la competencia en el proceso de descentralización del Organismo Ejecutivo.

Luego de conocer lo que establece el artículo 56 del código Municipal se presenta un segundo trabajo elaborado por (Ical Díaz, 2019) quién realizó la propuesta “Diseño de material gráfico para promover donaciones al Albergue Municipal de Mascotas en zona 21 Guatemala” en donde abarca los inicios del proyecto del albergue

Este trabajo se relaciona con la investigación actual ya que proporciona antecedentes principalmente del albergue en el cual se da a conocer su historia y cuál es el propósito. La investigación se enmarcó en un proyecto factible ya que la propuesta del diseño gráfico aportó mucho a la comunicación externa de la misma.

El albergue municipal para mascotas, ubicado en la zona 21 de la ciudad de Guatemala en la colonia Bello Horizonte, este es un refugio para perros y demás mascotas habilitado por la municipalidad de Guatemala, con el fin de darle un hogar a las mascotas desprotegidas. (Municipalidad de Guatemala, 2020).

Esta obra dio inicio en el año 2012 liderada por el alcalde auxiliar de la zona Jorge Mario García, comenzó dejando platos de concentrado y agua dentro de las instalaciones de la alcaldía auxiliar, para saciar el hambre de los perritos de la calle.

Poco a poco se fueron acercando los perros y los trabajadores contagiados con esta buena acción son quienes ahora alimentan, cuidan, bañan y los sacan a pasear, todo esto voluntariamente sin recibir remuneración alguna. Al día de hoy son aproximadamente 15 perritos los que tienen ya un refugio donde vivir sin ser maltratados ni menospreciados.

Justificación

Teniendo en cuenta que la Municipalidad de Guatemala es una entidad que brinda servicios a la comunidad, prioriza y mejora la calidad de vida de sus habitantes por lo que su principal función está enfocada al desarrollo de la comunidad de los guatemaltecos.

Este diagnóstico y plan obedece al Ejercicio Profesional Supervisado de la Escuela de Ciencias de la Comunicación. En ese sentido para poder abarcar esta labor en el municipio la tarea está asignada a las alcaldías auxiliares de cada zona de la ciudad capital por lo que la Alcaldía Auxiliar de zona 21 forma parte del equipo de trabajo de la Municipalidad de Guatemala por lo tanto son los encargados de realizar las labores correspondientes a los vecinos de esa zona.

Uno de los factores más importantes es la comunicación que debe de tener la alcaldía con los vecinos para cumplir con el trabajo municipal, es primordial contar con diferentes medios para informar a los habitantes de todas las actividades que realizar la alcaldía, sin embargo, actualmente los vecinos de zona 21 no están 100% informados de los servicios y de lo que se lleva a cabo.

Esta desinformación se debe a que no cuentan con un departamento o área específica de comunicación por ende las redes sociales que hoy en día son un medio importante para transmitir información, pero lamentablemente no han sabido sacar provecho a estas herramientas por falta de capacitaciones; por lo tanto, comunican de manera incorrecta todas las actividades y proyectos que están activos.

Uno de los proyectos más importantes es la integración de la Dirección de Bienestar Animal que se encarga de brindar protección a los animales que han sido abandonados y al mismo tiempo concienciar y educar al vecino.

Cabe mencionar que ello se da en un contexto de COVID 201.

En ese sentido a raíz de dicha necesidad este diagnóstico se justifica desde la investigación de comunicación externa que deben ser mejorados en términos de una buena estrategia que beneficie tanto a la alcaldía como a los vecinos de la zona 21.

Por otro lado, el objetivo de este diagnóstico es llegar al problema central para luego brindar una solución enfocada a la necesidad de una buena comunicación externa aplicada a la Dirección de Bienestar Animal de la Alcaldía Auxiliar de zona 21. Planeando un cronograma de ejecución, una implementación y un mejoramiento continuo.

Así este proyecto contribuye socialmente a que los vecinos de zona 21 puedan tener una mejor comunicación con la Alcaldía Auxiliar para conocer los servicios que brinda la misma, principalmente la Dirección de Bienestar Animal.

De igual forma con este proyecto se contribuye académicamente a la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala a la generación de nuevos conocimientos, modelos y conceptos, así como el desarrollo de una investigación sistematizada cuyos resultados puedan convertirse en antecedentes para la intervención de la institución sobre este tipo de área de conocimiento.

Asimismo, esta propuesta contribuye personalmente a generar conocimientos significativos y aplicar todos los contenidos vistos en la carrera Licenciatura en Ciencias de la Comunicación perfeccionando a través de la investigación.



Capítulo 1



Diagnóstico de comunicación

1.1 La Institución

Alcaldía Auxiliar Bellos Horizontes Zona 21.

1.2. Perfil Institucional

La Alcaldía Auxiliar es una institución pública gubernamental sin fines de lucro, realiza actividades para el desarrollo humano y cuenta con 18 empleados. La Alcaldía Auxiliar está bajo la dirección del alcalde Auxiliar Jorge Mario García. El alcalde es el encargado de ejecutar y dar seguimiento a las políticas, planes, programas y proyectos autorizados por el Concejo Municipal, De acuerdo a lo observado la Alcaldía Auxiliar Bellos Horizontes cuenta con un coordinador o encargado de dar seguimiento a las diferentes direcciones de la institución para el desarrollo y ejecución de la misma.

1.3. Ubicación Geográfica

La Alcaldía Auxiliar está ubicada en 16 avenida 11-54 Colonia Bellos Horizontes zona 21 (A la par del mercado Venezuela) Cada zona de la ciudad es representada por una Alcaldía Auxiliar, la que representa a Bellos Horizontes solamente vela por las necesidades de los vecinos de dicha zona.

Figura 1 – Ubicación



Fuente: (google.com, 2021)

1.4. Integración y alianzas estratégicas

La Alcaldía Auxiliar Zona 21 es una extensión de la Municipalidad de Guatemala, la cual presta servicio específicamente a los vecinos de esta zona, La Municipalidad de Guatemala es el soporte para la Alcaldía tanto en formación de nuevos proyectos como el presupuesto que maneja para llevarlos a cabo.

En ese sentido es bienvenida la ayuda y apoyo de otras entidades privadas o públicas como centros de salud, veterinarias, profesionales para poder realizar jornadas médicas, actividades culturales, recreativas, deportivas, etc.

1.5 Origen e historia

Las alcaldías auxiliares se fundaron durante el gobierno de Jorge Ubico con el objetivo de ser intermediarios entre el vecino y la Municipalidad, brindando apoyo, asesorías, seguimiento a gestiones y trámites hechos por los comités de cada zona es desde recibir y trasladar denuncias hechas por los vecinos, hasta la promoción de talleres de capacitación para el beneficio de la misma. (Municipalidad de Guatemala, 2020)

En ese sentido cabe mencionar que la alcaldía auxiliar de Bello Horizonte cuenta con diversas direcciones, de las cuales la más amplia hasta el momento es la Dirección de Bienestar Animal la cual cuenta con un albergue de mascotas, este es un refugio fue habilitado por la municipalidad de Guatemala, con el fin de darle un hogar a las mascotas desprotegidas.

Esta obra inició en el año 2012 liderada por el alcalde auxiliar de la zona Jorge Mario García, inició dejando platos de concentrado y agua dentro de las instalaciones de la alcaldía auxiliar, para saciar el hambre de los perritos de la calle.

Poco a poco se fueron acercando los peludos y los trabajadores se contagiaron con esta buena acción y ahora son quienes alimentan, cuidan, bañan y sacan a pasear a los perritos, todo esto voluntariamente sin recibir remuneración alguna, al día de hoy son aproximadamente 15 perritos los que tienen ya un refugio donde vivir sin ser maltratados ni menospreciados, según indican

trabajadores que al principio la idea era especialmente para perros, pero que a lo largo de esta iniciativa también se alberga a gatos y también gallinas y patos los cuales se encontraban perdidos por las calles de la zona y se decidió rescatarlos y darles un techo.

Entre las actividades que se realizan dentro de este albergue está la castración gratuita, vacunas, desparasitaciones y atención médica, todo esto con el apoyo de la Facultad de Veterinaria de la Universidad de San Carlos, indicó Licenciado Jorge Mario García.

El albergue está abierto para brindar apoyo como voluntario y hacer donaciones en especie, puedes pasear, bañar y alimentar a los inquilinos del albergue y así formar parte de esta gran actividad, que también fomenta la lectura para niños con acompañantes caninos.

En ese sentido el objetivo de darles a estos seres vivientes la oportunidad de tener una vida mejor, la Alcaldía Auxiliar de la zona 21, deciden tomar la vanguardia ante los que han de unirse al rescate y control de la población canina abriendo las puertas del “Primer Albergue Canino Municipal”, el cual tiene como objetivo ser un hogar temporal para perritos de todas razas y edades, mientras son adoptados por una familia que desee brindarles amor, cariño y sobre todo vida.

Este albergue fue creado con apoyo de la Universidad de San Carlos de Guatemala, y de los vecinos, quienes manifestaron su preocupación ante el trato inhumano que muchos de la calle viven diariamente. En este espacio los caninos tienen alimentación, seguridad, y ejercitación, gracias a los implementos que fueron colocados en este lugar para su recreación. (Municipalidad de Guatemala, 2020)

Figura 2 – albergue municipal



Fuente: Municipalidad de Guatemala

Figura 3 - albergue municipal



Fuente: Municipalidad de Guatemala

1.6 Departamento o dependencias de la institución

Como apoyo a cada Alcaldía auxiliar la Municipalidad de Guatemala creó la Dirección de

Desarrollo Social con el objetivo de trabajar sobre la acción social, la actitud positiva, renovar los barrios y la participación ciudadana de cada zona.

Es la unidad ejecutora municipal de proyectos de infraestructura barrial, programas sociales, culturales y de mejoramiento del medio ambiente, logrando con ello una ciudad socialmente solidaria, proporcionando a sus habitantes una vida digna, un desarrollo integral, con igualdad de oportunidades. (Municipalidad de Guatemala, 2020)

Esta dirección cuenta con ejes de trabajos los cuales van enfocados a la niñez, juventud, mujer, hombre y adulto mayor, promoviendo la participación ciudadana. En la Alcaldía auxiliar zona 21, cuentan con los siguientes programas y talleres-

Tabla 1- programas y talleres

TALLERES / CAPACITACIONES
Cursos de manualidades (bordado y bisutería)
Cursos de gastronomía guatemalteca
Curso de pintura de niños, jóvenes y adultos
Escuela de música para niños y jóvenes
Escuela Municipal de football (EMEFUT)
Cursos de corte y confección
Cursos de belleza
Cursos de repostería
Cursos de tendencias moderada de floristería
Movimiento juvenil

Fuente: Elaboración propia

El programa de capacitaciones técnico productivas abre espacios para que mujeres y hombres de todas las zonas de la ciudad participen y tengan la oportunidad de capacitarse técnicamente para iniciarse en la Microempresa. Apoya las habilidades de las participantes, contribuyendo a

mejorar la economía familiar y el desarrollo del país. Se imparten cursos como: floristería, gastronomía, repostería, cultura de belleza, corte y confección entre otros. (Municipalidad de Guatemala, 2012).

1.7. Organigrama de la institución

Figura 4 – organigrama



Fuente: elaboración propia

1.8. Misión

“Una dirección n basada en los principios de unidad, amistad, confianza, solidaridad, equidad, eficiencia, eficacia y transparencia, que garantice una oportunidad de bienestar y mejora en la calidad de vida de los empleados municipales y sus familias, así como de los vecinos y contribuya al desarrollo integral de la ciudad.”

1.9. Visión

“Una dirección n que participe en el desarrollo integral del municipio con la ejecución n de las políticas, estrategias, programas, e intervenciones, de carácter participativo y sostenible dirigidos a promover la salud en la ciudad y ofrecer mejores oportunidades a sus habitantes.”

1.10 Objetivos Institucionales

Objetivo general

La Alcaldía Auxiliar, tiene como objetivo primordial la prestación y administración de los servicios públicos de la población bajo su jurisdicción, debiendo establecerlos, administrarlos, mantenerlos, mejorarlos y regularlos; teniendo bajo su responsabilidad su eficiente funcionamiento a través de un efectivo manejo de los recursos humanos, materiales y financieros (Municipalidad de Guatemala, 2020)

Objetivos específicos

- Proporcionar bienestar y procurar el mejoramiento de las condiciones de vida de los habitantes del municipio, tanto del área urbana como del área rural.
- Procurar el fortalecimiento económico del municipio, a efecto de poder realizar las obras y prestar los servicios que sean necesarios.

Velar por el mejoramiento de las condiciones de saneamiento Ambiental básico, de las comunidades menos protegidas. Propiciar el desarrollo social, económico y tecnológico.

1.11. Público objetivo

Hombres y mujeres que residen específicamente en la zona 21. Abarcando las colonias que la conforman: Letrán, Guajitos, Justo Rufino Barrios, Venezuela, Nimajuyú I, II, San Fermín, Hogar y Desarrollo, Eureka, Morse, Loma Blanca, Vásquez, Cov-Hode, Bello Horizonte I y II, Cerro Gordo, Los Periodistas, San José Loma Blanca, El Renacer, San Nicolás de Bari, Prados de Nimajuyú II, La Esperanza y Los Encinos.

1.12. Diagnóstico

Según (Rosales, 2020) Se le denomina diagnóstico al “proceso analítico que permite conocer la situación real de la institución o empresa, en un momento dado, con la finalidad de identificar problemas y áreas de oportunidad. Para realizar acciones que permitan fortalecer la empresa o institución reduciendo las problemáticas identificadas”.

La metodología que se utilizó para el diagnóstico, es el enfoque cuantitativo que según Hernández Sampieri “utiliza la recolección y el análisis de datos para contestar preguntas de investigación y probar hipótesis establecidas previamente, y confía en la medición numérica, el conteo y frecuentemente el uso de la estadística para establecer con exactitud patrones de comportamiento en una población”.

Los objetivos de la investigación se basan en áreas a evaluar para determinar su eficacia. Es por ello que un diagnóstico ayudará a la comunicación de dicha institución a ser más productiva y generar muchas más oportunidades para con todos los involucrados en los programas que se realizan. Y por ello se presentan a continuación los objetivos de este diagnóstico.

1.13. Objetivos del diagnóstico

Analizar la comunicación externa que se implementa en la Dirección de Bienestar Animal de la

Alcaldía Auxiliar de Bello Horizonte de zona 21.

Objetivos específicos

- Evaluar los medios de comunicación externos que utiliza la Dirección de Bienestar Animal de la Alcaldía Auxiliar de Bellos Horizontes de zona 21.
- Identificar los servicios y funciones que brinda la Dirección de Bienestar Animal de la Alcaldía Auxiliar de Bello Horizonte de zona 21.
- Determinar cuáles son las principales variables que afectan la comunicación externa de la Dirección de Bienestar Animal de la Alcaldía Auxiliar de Bello Horizontes de zona 21.

1.14. Tipos de Investigación

Para llevar a cabo una investigación se debe tomar en cuenta que según (Hernández, 2,104) “La investigación es un conjunto de procesos sistemáticos, críticos y empíricos que se aplican al estudio de un fenómeno o problema” (p.4).

Se realizó una investigación mixta (cualitativa – cuantitativa), bajo el método inductivo, donde pueden distinguirse cuatro pasos: la observación de los hechos para su registro; la clasificación con su respectivo estudio; la derivación inductiva que parte de los hechos para llegar a una generalización y la contrastación.

1.15. Enfoque y como se divide

Según (Pañuela, 2010), las técnicas son los medios empleados para recolectar información, entre estos destacan la observación, el cuestionario, las entrevistas y las encuestas. El siguiente

diagnóstico, se utilizó la observación, la entrevista y la encuesta, para tener el mayor número de data que nos pueda dar un diagnóstico específico.

Con el constante cambio en materia de comunicación se ha logrado identificar un enfoque que al amalgamar los enfoques cuantitativos y cualitativos logren los objetivos deseados, a esta metodología se le conoce como enfoque mixto, pues para (Hernández, 2,104).”La meta de la investigación mixta no es reemplazar a la investigación cuantitativa ni a la investigación cualitativa, sino utilizar las fortalezas de ambos tipos de indagación, combinándolas y tratando de minimizar sus debilidades potenciales” (p.532).

Para esta investigación se tomará en cuenta a las encargadas principales de la Alcaldía Auxiliar y al grupo objetivo que conforma la comunidad de zona 21 para poder identificar a través de la técnica de recolección de datos, por medio de entrevistas y encuestas para llegar a un análisis y conocer las dos perspectivas del problema, es por ello que se usará el enfoque mixto para llegar al objetivo del diagnóstico de comunicación.

En este diagnóstico se utilizó una investigación mixta por medio de la cual se recopilaron datos de diferentes fuentes como; encuestas, entrevistas y observación.

1.16. Técnicas de recolecciones de datos

Las técnicas son los medios empleados para recolectar información, entre estos destacan la observación, el cuestionario, las entrevistas y las encuestas. El siguiente diagnóstico, se utilizó la observación, la entrevista y la encuesta, para tener el mayor número de data que nos pueda dar un diagnóstico específico. (Pañuela, 2010)

Dentro de esto están las técnicas de evaluación las cuales nos servirán para obtener información objetiva del proceso que se examina: entrevista, cuestionario, análisis de transmisión de mensajes, análisis de redes de comunicación, entrevista grupal, observación directa y análisis de producción comunicacional.

Para esta investigación se utilizó la entrevista (ver anexo 1 Modelo de entrevista) para dar a conocer cuál es la comunicación externa que se implementa en la Alcaldía Auxiliar.

La información recogida por medio de esta técnica puede emplearse para un análisis cualitativo con el fin de identificar y conocer la magnitud de los problemas que se suponen o se conocen en forma parcial o imprecisa. Con las entrevistas se logró desarrollar la base del diagnóstico que revela cuáles son las barreras de comunicación que se trabajan en el Albergue municipal de Mascotas de la Alcaldía Auxiliar.

1.16.1. Observación

Es el registro visual de lo que ocurre en una situación real, clasificando y consignando los acontecimientos pertinentes de acuerdo con algún esquema previsto y según el problema que se estudia (Monografías.com, 2004)

Al igual que con los otros métodos, previamente a la ejecución de la observación el investigador debe definir los objetivos que persigue, determinar su unidad de observación, las condiciones en que asumirá la observación y las conductas que deberán registrarse.

También se requiere habilidad para establecer las condiciones de manera tal que los hechos observables se realicen en la forma más natural posible y sin influencia del investigador u otros factores. Cuando se decide usar este método es requisito fundamental la preparación cuidadosa de los observadores, asegurándose así la confiabilidad de los datos que se registren y recolectan.

1.16.1.1 Tipos de observación

Dentro de la investigación existen 2 tipos de observación que permiten profundizar el proceso de investigación.

- a) Observación directa: se produce cuando el observador está en contacto sin intermediarios con los fenómenos observados.
- b) Observación indirecta: Es la que no es posible estar en contacto con el fenómeno, pero se puede observar a través otros elementos cercanos o a través de su contexto.

1.16.1.2. Lo observado en el Albergue Municipal

Se encontró en base a la observación y recolección de datos que el albergue de mascotas de la Dirección de Bienestar Animal que el espacio es un poco reducido, las mascotas del albergue cuentan con jaulas en donde integran de 2 a 3 perritos, asimismo se observó que el albergue es sustentado por medio de donaciones.

1.16.2 Documentación

Para la realización de esta investigación se contó con información por medio virtual. Es decir, por la problemática que se vive a pleno 2020 el distanciamiento social a causa del Covid-19 y a pesar que no se pudo ir presencialmente a las oficinas de la alcaldía, se pudo contar con sus páginas virtuales, documentos, notas y data.

1.16.3 Entrevistas a profundidad

Es muy importante que en las entrevistas se logre lo que se conoce con el nombre de “simpatía”. Esto implica el establecimiento de un clima de confianza mutua, comprensión y afinidad emocional entre el entrevistador y el entrevistado.

1.16.3.1 Resultados de las Entrevistas

Entrevista 1

Entrevistador: Yasmin Euice Salazar Armas

Nombre del entrevistado: Sara Polanco

Cargo que ocupa: Vice Alcaldesa de la institución

Lugar de la entrevista: Alcaldía Auxiliar.

Fecha de entrevista: 27/3/2021

Hora de entrevista: 4:30 p.m.

Reseña de entrevista

Sara Polanco vicealcaldesa de la Alcaldía Auxiliar de zona 21 considera que uno de los proyectos más importantes de la alcaldía hasta el momento es la Dirección de Bienestar animal en el cual desde el 2012 se fundó un albergue para mascotas, comenta que la comunicación que se ha tenido por medio de la página de Facebook ha sido bien recibida por el grupo objetivo sin embargo no se ha llegado cumplir al 100% el objetivo que es educar al vecino.

Hasta el momento soy yo quién tiene a cargo las redes sociales de la alcaldía y del albergue, afirmo que son muy cuidadosos y delicados con todo lo que publican.

Entrevista 2

Nombre del entrevistado: Jennifer

Cargo que ocupa: Coordinadora de la Dirección de Bienestar Animal

Lugar de la entrevista: Alcaldía Auxiliar.

Fecha de entrevista: 27/3/2021

Hora de entrevista: 4:00 p.m.

Duración de la entrevista: 15 minutos

Reseña de entrevista

Jennifer es la coordinadora de la Dirección de Bienestar Animal, comenta que esta dirección tiene como objetivo concientizar y educar al vecino en cuanto a la responsabilidad de tener una mascota, actualmente se ha trabajado con donaciones y voluntarios específicamente en el albergue, sin embargo, en el próximo año esta dirección tendrá el apoyo toda de la municipalidad. Afirmo que el albergue es un refugio que han creado para las mascotas desprotegidas y abandonadas cuentan con un espacio de jaulas y recreación dentro de la misma Alcaldía sin embargo tienen un número fijo de mascotas que deben de tener ya que no cuentan con todos los

recursos suficientes, el albergue cuenta con una red social que es Facebook con más de 125,000 seguidores a intención es educar al vecino inculcando la educación animal, la castración y la adopción de estas.

1.16.4 Grupos focales

Los grupos focales es una técnica de investigación utilizada para recopilar datos a través de la interacción grupal. El grupo está compuesto por un pequeño número de personas cuidadosamente seleccionadas en función de un conjunto de criterios predeterminados, comunicación, edad, nivel socioeconómico, raza etc. Para discutir un tema determinado.

La investigación de mercados se utiliza los grupos focales para identificar y explorar como piensan y se comparte el grupo objetivo y obtener más información del por qué, qué y cómo.

Debido al COVID 19 en este informe no se implementó la técnica de grupos focales.

1.16.5 Encuestas

Este método consiste en obtener información de los sujetos de estudio proporcionada por ellos mismos sobre opiniones, actitudes o sugerencias a través de un cuestionario.

En ese sentido se utiliza una muestra promedio para realizar la encuesta puede ser finita o infinita, es importante delimitar en muchas ocasiones las preguntas para llegar al grupo objetivo.

Se implementó esta técnica en el diagnóstico en la Alcaldía Auxiliar para llegar a un análisis de comunicación externa específicamente de la Dirección Bienestar Animal de la Alcaldía Auxiliar de Bello Horizonte de zona 21.

Figura 5-formula

$$\text{Tamaño de la muestra} = \frac{\frac{z^2 \times p(1-p)}{e^2}}{1 + \left(\frac{z^2 \times p(1-p)}{e^2 N} \right)}$$

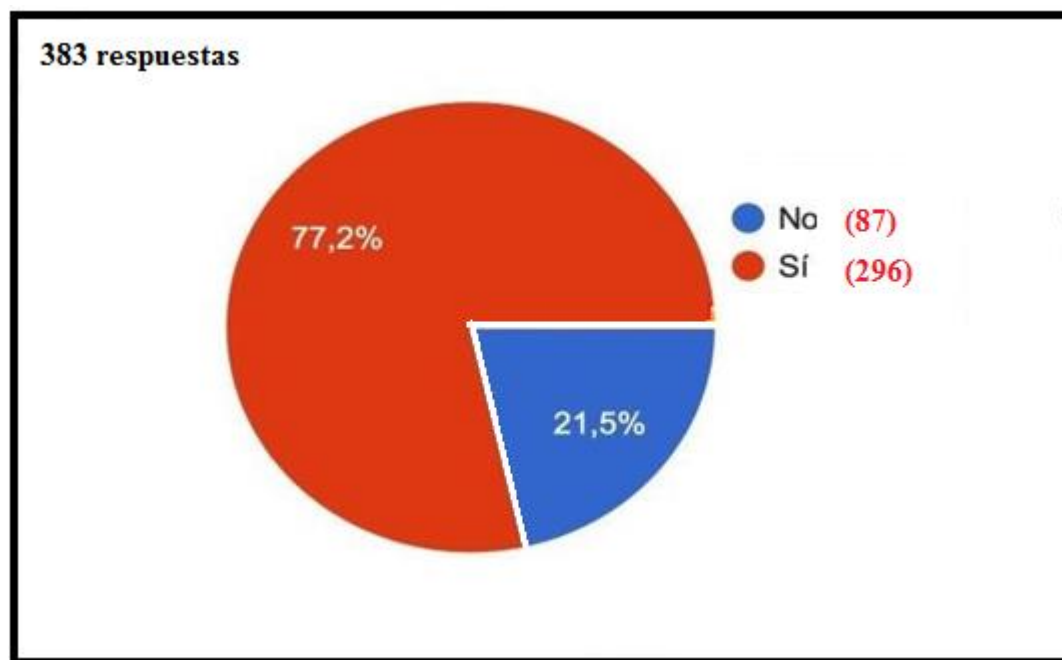
Fuente: (www.google.com)

Se utilizó los 124,551 seguidores totales de la página de Facebook como población del Albergue Municipal de Mascotas dando como resultado una muestra de 383 personas.

1.17 Interpretación de resultados

1) ¿Tiene alguna mascota?

Figura 6 – ¿Tiene alguna mascota?

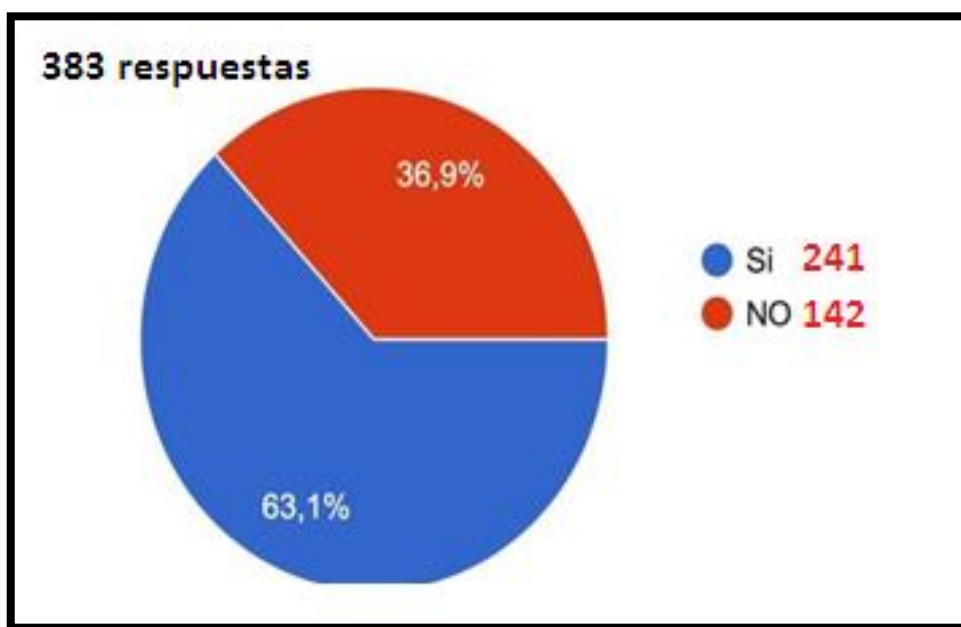


Fuente: Elaboración propia

Se encuestaron a 383 personas residentes en diferentes colonias de la zona 21, el 77.2% que equivalen a 296 vecinos respondieron que sí, y el 21.5% que corresponde a 87 personas la respuesta fue no.

2) ¿Conoces el albergue municipal de mascotas de la alcaldía auxiliar de Bello Horizonte zona 21?

Figura 7- ¿Conoce el albergue municipal de mascotas de la alcaldía auxiliar de zona 21?

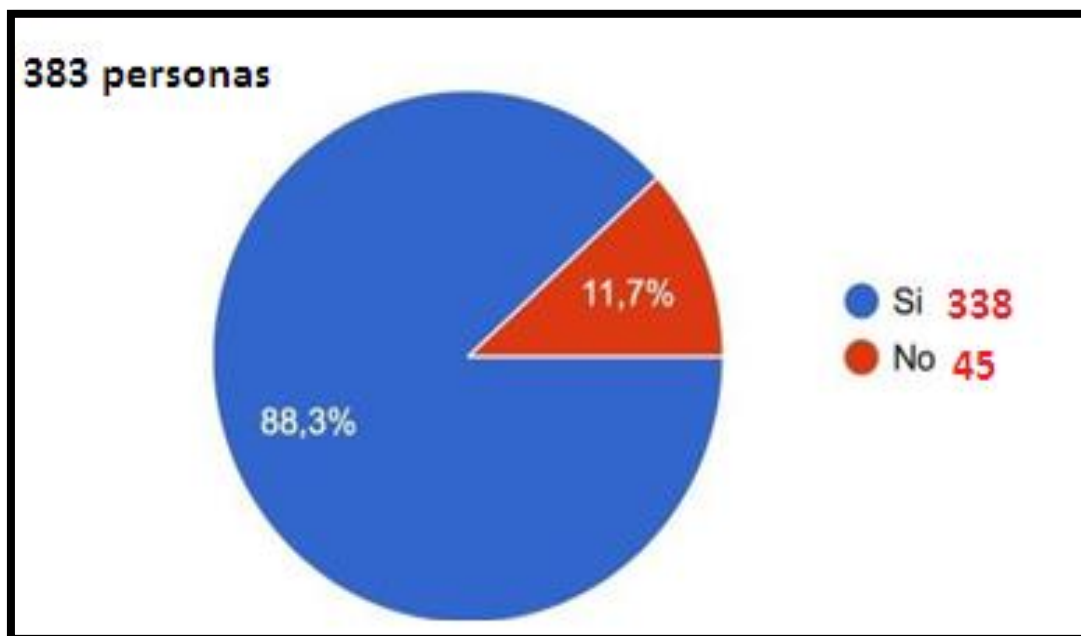


Fuente: Elaboración propia

La muestra para la aplicación (383) residentes en zona 21 el 63.1% tiene conocimiento del Albergue Municipal de Mascotas equivalente a 241 personas esto representa un porcentaje positivo en el cual se descubrió que las personas si saben, conocen o han escuchado del albergue de mascotas, por otro lado el 36.9% equivalente a 142 personas desconocen el albergue .

3) Si tu respuesta anterior fue no ¿Te gustaría conocer más información acerca del Albergue?

Figura 8 – Si tu respuesta fue no ¿Te gustaría conocer más información del albergue?

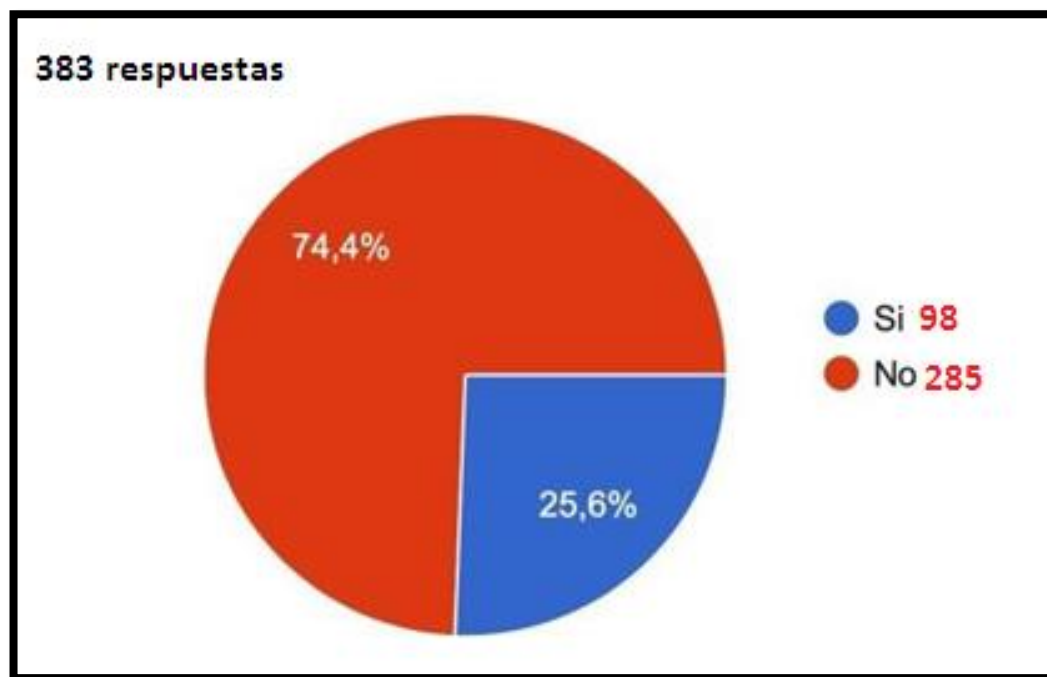


Fuente: Elaboración propia

Del total de la muestra (383) El 88.3% equivalente a 338 personas del grupo objetivo muestra un interés alto en saber más información acerca del mismo, este resultado representa un número interesante para la toma de decisiones del proyecto a ejecutar, el 11.7% equivalente a 45 personas no muestra interés en querer conocer el albergue.

4) ¿Conoces los servicios que brinda el albergue?

Figura 9- ¿Conoces los servicios que brinda el albergue?



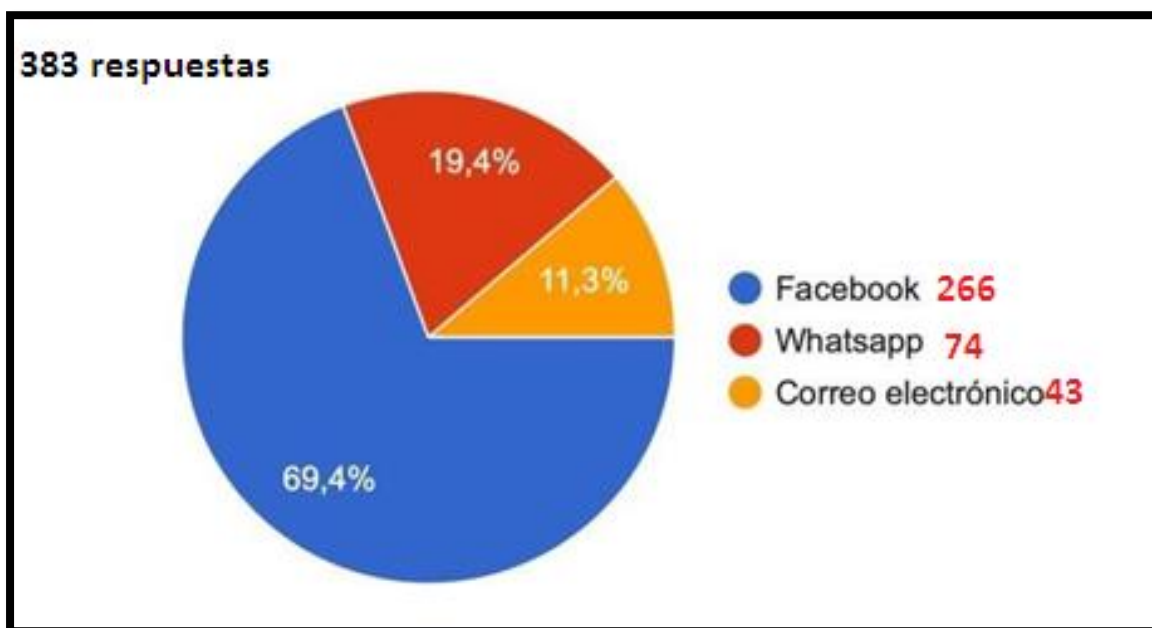
Fuente: Elaboración propia

Del total de la muestra (383) el 25.6% equivalente a 98 personas conoce los servicios que brinda el albergue, sin embargo un 74.4% equivalente a 285 personas desconoce los servicios.

Estos resultados demuestran la importancia de la comunicación y las acciones que se pueden implementar a futuro.

5) ¿Por cuál medio te gustaría recibir información del albergue?

Figura 10- ¿Por cuál medio de gustaría recibir información del albergue?

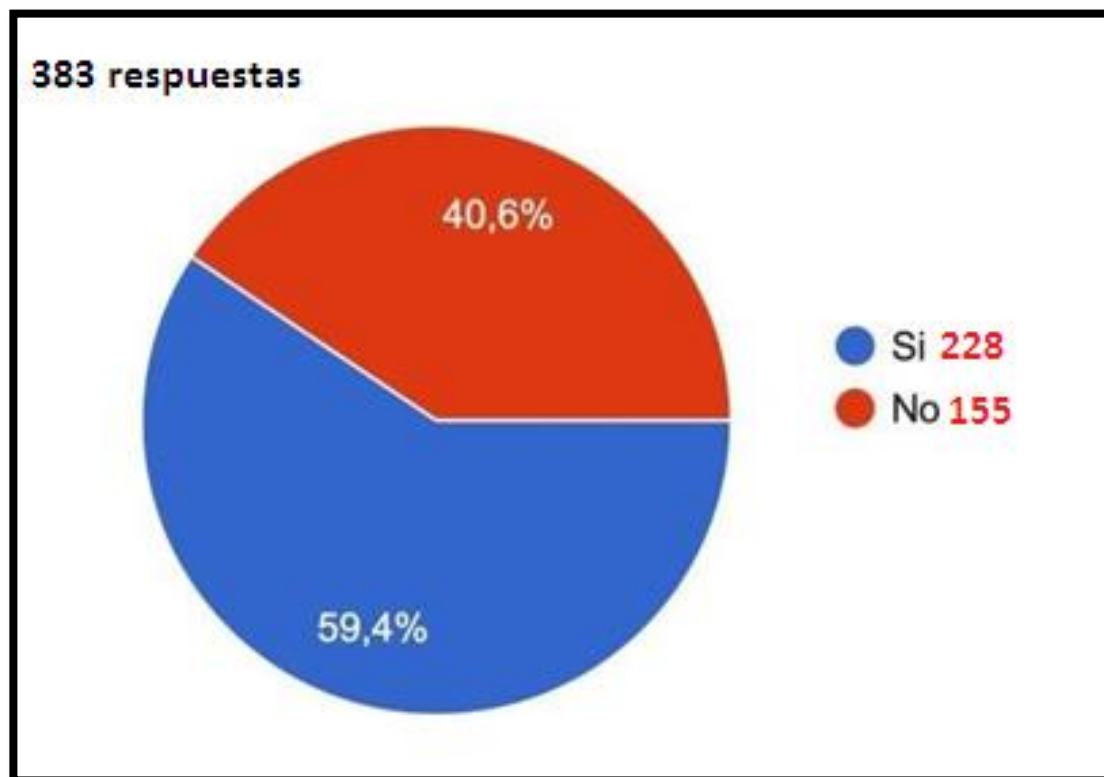


Fuente: Elaboración propia

El objetivo de esta interrogante era descubrir la plataforma de comunicación que más utiliza el grupo objetivo y utilizarlo como medio para la ejecución del proyecto, se descubrió que efectivamente de la muestra (383) el 69.4% equivalente a 266 personas prefieren recibir información por medio de la plataforma de *Facebook*, el 19.4% equivalente a 74 personas afirma que por medio de *WhatsApp* y el 11.3% equivalente a 43 personas dicen que *correo electrónico*.

6) ¿Te gustaría hacer voluntariado en el albergue?

Figura 11- ¿Te gustaría hacer voluntariado?



Fuente: Elaboración propia

Del total de la muestra (383) el 59.4% equivalente a 228 personas indican que les gustaría hacer voluntariado, el otro 40.6% equivalente a 155 personas dice que no, esta información es clave para poder crear una comunicación dentro de las plataformas digitales invitando a los seguidores a que realicen voluntariado.

1.18 FODA

El análisis FODA es una herramienta de planificación estratégica, diseñada para realizar un análisis interno (Fortalezas y debilidades) y externos (Oportunidades y amenazas) en la empresa o institución. (FODA, s.f.)

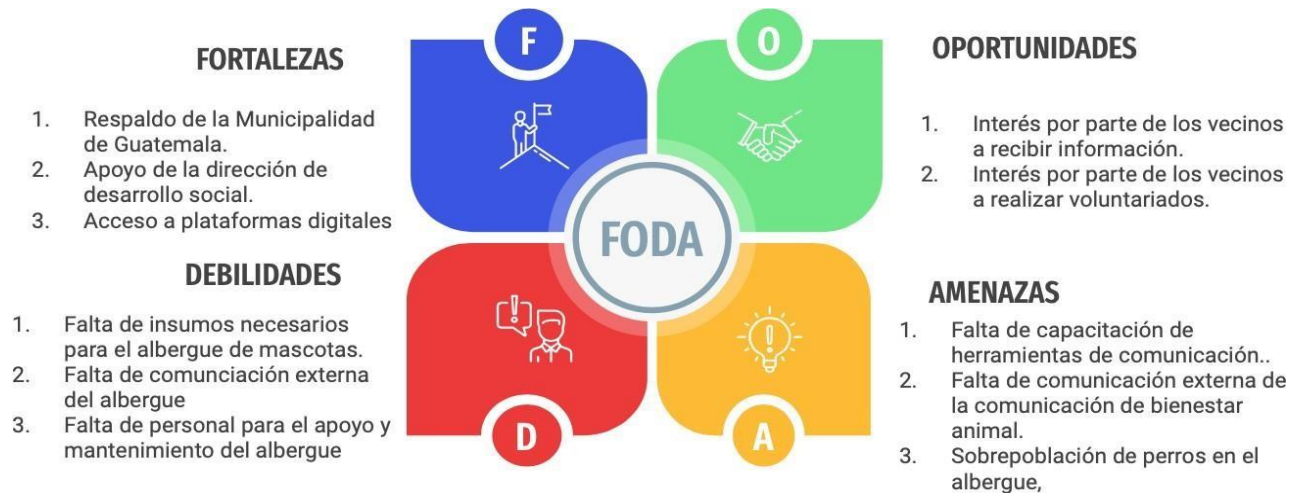
Las Fortalezas y Debilidades se refieren a la organización y sus productos, mientras que las Oportunidades y Amenazas son factores externos sobre los cuales la organización no tiene control alguno. Por tanto, deben analizarse las condiciones del FODA en el siguiente orden: 1) Fortalezas; 2) Oportunidades; 3) Amenazas; y 4) Debilidades.

Al detectar primero las amenazas que las debilidades, la organización tendrá que poner atención a las primeras y desarrollar las estrategias convenientes para contrarrestarlas, y con ello, ir disminuyendo el impacto de las debilidades. Al tener conciencia de las amenazas, la organización aprovechará de una manera más integral tanto sus fortalezas como sus oportunidades.

Según (Pineda, 2020) las Fortalezas y Debilidades incluyen entre otros, los puntos fuertes y débiles de la organización y de sus productos, dado que éstos determinarán qué tanto éxito tendremos poniendo en marcha nuestro plan. Algunas de las oportunidades y amenazas se desarrollarán con base en las fortalezas y debilidades de la organización y sus productos, pero la mayoría se derivarán del ambiente del mercado y de la competencia tanto presente como futura. (FODA, s.f.)

En ese sentido se desarrolló un análisis FODA sobre La Dirección de Bienestar Animal en la Alcaldía auxiliar de zona 21.

Figura 12 – FODA



Fuente: Elaboración propia

1.19. Problemas detectados

- Entre de los problemas detectados en el diagnóstico en la Dirección de Bienestar Animal de la Alcaldía auxiliar 21 están los siguientes.
- La Dirección de Bienestar Animal aún no cuenta con ninguna red social únicamente el albergue
- La comunicación actual en las redes sociales del albergue no transmite una línea gráfica unificada.
- No tienen una guía de comunicación efectiva.
- Por parte del albergue no existe un servicio al cliente es decir que no responden sus dudas e inquietudes.
- A pesar que los seguidores en *Facebook* son altos, estos mismos no están informados o no conocen los servicios que brinda el albergue.
- No existe un manual de educación sobre mascotas
- No hay un presupuesto asignado para el albergue,
- El albergue no cuenta con la red social de *Instagram*

- La ubicación del albergue no se distingue en su totalidad.

1.20. Planteamiento del problema comunicacional

¿Existe poco conocimiento de la Dirección De Bienestar Animal por parte de los seguidores de la *fanpage* oficial y los vecinos de Bello Horizonte de la zona 21?

1.20. Indicadores de éxito

Las herramientas que potenciarán la realización del diagnóstico son:

- Equipo de cómputo actualizado con programas para la elaboración y edición de material multimedia para dar a conocer la información que genere el Sindicato.
- Persona con experiencia para conocer todo el contexto del albergue
- Acceso a *Facebook* para publicar contenidos educativos en la página del albergue
- Total, apoyo de la vice alcaldesa y coordinadora de la Dirección de Bienestar Animal para dar seguimiento al proyecto
- Permiso de la coordinadora del albergue para realizar voluntariados
- La herramienta más importante para tener éxito en el diagnóstico, es tener confianza en lo que se realizará fomentando el crecimiento de la Institución a través de cambios comunicacionales significativos que se reflejarán en la confianza de los afiliados.

1.21. Proyecto a desarrollar

Diagnóstico y estrategia de comunicación externa para educar al vecino en el tema del cuidado animal en la Dirección de Bienestar animal, alcaldía auxiliar zona 21.



Capítulo 2

Plan estratégico de comunicación



2.1 Plan de Comunicación

En la actualidad es importante tener un concepto preciso de comunicación, Aristóteles lo define como “La búsqueda de todos los medios de persuasión que tenemos a nuestro alcance”, (UOC, s.f.).

Con el acto de transmitir ideas por cualquier medio de difusión de una persona a otra siendo uno el emisor y el otro receptor, este proceso de comunicación se produce si el destinatario comprende el mensaje. Por lo tanto, los métodos de compartir información son vitales para las organizaciones, ya que esto permite un desarrollo y crecimiento en la institución, el flujo de información debe ser constante con el fin de garantizar al receptor contenidos pertinentes, verídicos e inmediatos.

Por estrategia se debe entender según Morrissey, “la estrategia como la dirección en la que una empresa necesita avanzar para cumplir con su misión. Esta definición ve la estrategia como un proceso en esencia intuitivo”. (Course Hero).

Según Valle Florez, (2005:181), define a la estrategia de comunicación como “el poder y control de las organizaciones” ya que para ello requiere de métodos comunicativos y cambios de información precisos y oportunos

Las buenas estrategias de comunicación garantizan el éxito de las instituciones por medio del uso correcto de las herramientas permitiendo lograr una planificación en el tiempo de una representación organizada, con contenido sistematizado y que les permita estar claros conjuntamente con su equipo de trabajo para establecer qué tácticas usan y así lograr desarrollar el mensaje, además de qué manera va a comunicar las acciones estratégicas.

Jáuregui (1990: 18) expresa, de una manera clara y original, que “este plan debe regir cuanto signifiquen relaciones internas y externas de la Alta Dirección n de la empresa o institución;

Como un ‘traje a medida’ con sus públicos y grupos interesados actuales o potenciales, es decir, debe comprender: la radiografía, el diagnóstico, las recetas, los medicamentos y, en su caso, las operaciones quirúrgicas necesarias para hacer frente a los problemas de comunicación nintegral de la organización”.

Existen estrategias de comunicación diversas y cada cual se rige a necesidades y a objetivos diferentes, en este caso la estrategia es corporativa procesada y dirigida al entorno exterior, con una comunicación de conformidad de la Alcaldía Auxiliar zona 21.

2.2 Misión

Proporcionar herramientas de comunicación para informar acerca de la educación del cuidado animal un concontenido de valor para los vecinos de zona 21.

2.3 Visión

Ser el mejor proyecto de comunicación creando conciencia y educación para el cuidado animal de la municipalidad.

2.4 Elementos comunicacionales

2.4.1. Comunicación

Comunicación: Es un proceso interactivo e interpersonal. Proceso, en cuanto se producen etapas, e interactivo e interpersonal, porque ocurre entre personas y está compuesto por elementos que interactúan constantemente. (Guardia Victoria, 2,009)

2.4.1.1 Características de la comunicación

La comunicación es una ciencia compleja que varía según sus adaptaciones ya sea el proceso, una acción, una actividad, un evento según su nivel de interacción de una persona, grupo u organización.

Descrito esto la comunicación consta de una serie de características; material, subjetivo, complejo, sistemático, multidisciplinario, interdisciplinario, es un proceso social que se desprende de las relaciones es una acción que implica una interrelación, concepto de grupo.

2.4.1.2 Funciones de la comunicación

En la comunicación es un resultado de la interacción entre un conjunto de personas determinadas con el mismo conocimiento mutuo para tener éxito en el mensaje. La comunicación también puede ser llamada una función social. (Reyes, 2010)

2.4.1.3. Proceso de la comunicación

Cada proceso de la comunicación es un fenómeno relacionado en el trabajo del ser humano por medio de la cual se extrae información del entorno (Alcaldía, municipalidad, instituciones)

El emisor genera un efecto en el receptor cuando el mensaje es compartido de manera adecuada y obtiene una fidelidad por el medio que es enviado, por medio de lo observado por el emisor, por lo tanto, el receptor actuará de acuerdo al contexto que se desarrolló previamente ya establecido el mensaje.

2.4.1.4. Elementos de la comunicación

Emisor: Es la persona encargada de enviar el mensaje, información e idea.

Receptor: Es la persona que recibe el mensaje a través del emisor.

Canal: Es el medio que se utiliza para enviar el mensaje.

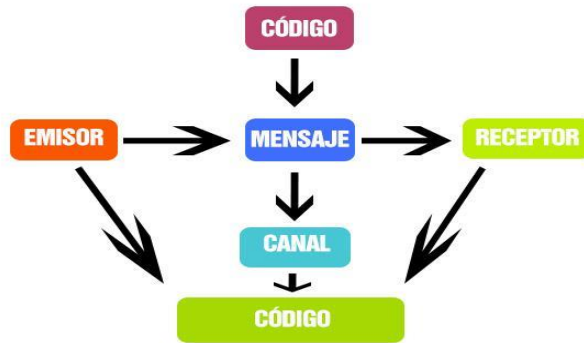
Código: Son signos utilizados para transmitir el mensaje.

Mensaje: Es la idea central de lo que se desea comunicar.

Contexto: es la agrupación de circunstancias específicas de lugar y tiempo.

Retroalimentación: es el proceso que llevan a cabo el emisor y el receptor de un mensaje.

Figura 13-canales de comunicación



Fuente: (Google.com)

2.4.1.5. Comunicación eficiente

Contiene siete elementos esenciales para establecer una comunicación eficiente

- Credibilidad
- Contexto
- Contenido
- Claridades
- Continuidad y consistencia
- Canales de comunicación
- Capacidad de auditorio

2.4.1.7. Ruidos de la comunicación

La injerencia que afecta el proceso de la comunicación puede ser:

Semánticos: producidos por una jergonza o lenguaje especial

Físicos: en el contexto o entorno que se desenvuelve la comunicación

Fisiología: obstáculo entre las personas que están interviniendo

Psicológicos: prejuicios, intenciones, predisposición.

2.4.1.8. Medios de comunicación

Para el ser humano a lo largo de la historia es primordial poder comunicarse para lograr sobrevivir en el entorno en donde se encuentren.

La comunicación es un medio de formación que funciona en la conciencia individual y hace al hombre una persona social ante las demás personas con las que se relacionan, según (Sherkovi, 1985)

2.4.1.9. La comunicación organizacional

Es un campo de conocimiento humano que estudia la forma en que se da el proceso de la comunicación dentro de una organización. (Andrade Horacio, 2,005 pág. 17)

2.4.1.10. Comunicación interna

Conjunto de actividades efectuadas por la organización para la creación y mantenimiento de buenas relaciones con y entre sus miembros, a través del uso de diferentes medios de comunicación que los mantenga informados, integrados y motivados para cumplir con su trabajo al logro de sus objetivos organizacionales. (Andrade Horacio, 2,005 pág. 17)

2.4.1.11. Comunicación externa

(Bartoli, 1,992) entiende la comunicación externa como un proceso que consiste en vehicular información o contenido informativos desde la empresa u organización empresarial hacia el conjunto de la opinión pública a través de los medios de comunicación social.

2.4.1.12. Tipos de comunicación externa.

- a) Comunicación externa operativa: Es aquella que se realiza para el desenvolvimiento diario de la actividad empresarial, se efectúa con todos los públicos externos de la compañía; clientes, proveedores, competidores, administración pública.

- b) Comunicación externa estratégica: Tiene como finalidad enterarse de los posibles datos de la competencia, la evolución de las variables económicas, los cambios de la legislación laboral, que puedan ser relevantes para la composición competitiva de la empresa.
- c) Comunicación externa de notoriedad: Su finalidad es mostrar a la empresa como una institución que informa dando a conocer sus productos, mejorar su imagen. Las formas de darlo a conocer serían mediante la publicidad, promoción, donaciones, patrocinios.

2.4.1.13. Canales de comunicación externa

Los canales de comunicación son el soporte mediante el cual se transmite el mensaje. En la actualidad existen diversos canales de comunicación externa. (Infoguía, 2015).

Medios tradicionales de comunicación: Manejan en general una fórmula básica dentro del proceso de comunicación tienen la practicidad de llegar y transmitir el mensaje a grandes audiencias, entre ellos encontramos; la televisión, radio, prensa, valla, mupies.

Medios digitales: Son espacios en los que se genera comunicación e intercambio de información entre usuarios y productores de contenido digitales, ya sea impresas, bloggers o sitios de noticias. Dentro de estos medios se encuentran varias plataformas que hoy en día manejan un papel.

Importante; Redes sociales (*Facebook, Twitter, YouTube, Instagram, TikTok, google*) sitios *web*, revistas digitales entre otras.

Medios impresos; Son aquellas herramientas que utilizan las personas para realizar una transferencia de información de manera escrita, este puede ser por medio de: Volantes, afiches, revistas, trifolios.

Redes sociales

Los medios de comunicación convencionales han evolucionado a lo largo del tiempo uno de ellos son las redes sociales que actualmente son parte esencial en la comunicación virtual.

Actualmente existen diversas plataformas digitales que se construyeron para que las personas interactúen desde cualquier lugar a cualquier parte del mundo. El internet se ha expandido que incrementó su información y sus capacidades y se ha convertido en una herramienta importante para la sociedad de manera académica y profesional.

Facebook: es una de las redes sociales más pioneras que más impacto tuvo a nivel mundial.

Meet: Una de las plataformas virtuales que permiten tener una comunicación en grupos grandes o pequeños en las cuales se realizan reuniones, videoconferencias y demás.

2.5. Alcances y límites de la estrategia

La implementación de esta estrategia busca generar una comunicación educacional entre la Dirección de Bienestar Animal y los vecinos de de zona 21 de manera que la información que se presente sea recibida por el grupo objetivo para que interprete, interactúe, pero sobre todo que lo lleve a la práctica.

Alcances:

- Redes sociales
- Acceso a internet
- Equipo de fotografía y diseño
- Difusión audio visual en redes sociales e impresos. (Afiches, revista)

Dentro de la estrategia del proyecto a desarrollar es evidente que se encuentran algunas barreras de comunicación que repercuten dentro de la misma, se muestran a continuación algunos límites del proyecto.

Límites

- La variedad de lenguas que se hablan en la zona 21.
- La falta de presupuesto en la Dirección de Bienestar Animal

- El poco tiempo que se tiene para implementar y dar continuidad al proyecto.

2.6. Metodología para aplicación de la estrategia de comunicación

Metodología:

Es el instrumento que enlaza el sujeto con el objeto de la investigación. Sin metodología es casi imposible llegar a la lógica que concede al conocimiento científico, se entiende también como el conjunto sistemático de estrategia, procedimientos, técnicas, pasos y tareas que se siguen para recolectar los datos y abordar sus análisis con el objetivo darle una solución al problema (Sampieri, 2,014)

De acuerdo a la investigación descriptiva con enfoque mixto que se realizó el diagnóstico y los hallazgos que se obtuvieron a través de la observación tipo directa, con encuestas y entrevistas de profundidad que se llevaron a cabo con los miembros de la institución y vecinos de la zona, se estableció en base a resultados es necesario realizar un plan de comunicación externa que transmita un mensaje clave en relación al cuidado animal.

En ese sentido se utilizó para los efectos que busca llevar lo planteado a la realidad de este proyecto establecer lo siguiente.

2.6.1. Objetivos del plan estratégico

Objetivo general:

Fortalecer la comunicación externa de la Dirección de Bienestar Animal de la Alcaldía de Bello Horizonte de zona 21.

Objetivos específicos:

- Promover la educación con los vecinos en el tema al cuidado animal de las mascotas.
- Concientizar a los vecinos el cuidado animal por la Dirección de Bienestar Animal.
- Difundir en diferentes canales de la comunicación el cuidado de mascotas de la Dirección de Bienestar Animal con relación al cuidado animal

2.6.3. Acciones para conseguir los objetivos

Con el objetivo de llevar a la realidad el plan descrito y cumplir con los objetivos planteados se presentan las siguientes acciones. Producir material digital gráfico y audiovisual con el fin de mejorar la imagen de la Dirección de Bienestar Animal.

Para promover el conocimiento de la población con contenido digital e impreso con relación al Cuidado de mascotas.

Elaborar un manual educativo impreso y digital para el cuidado de mascotas

2.6.4. Indicadores para medir su cumplimiento

Tabla 2 Indicadores para medir su cumplimiento

Objetivo general	Objetivos específicos	Acciones	Indicadores	Métodos de verificación
Fortalecer la comunicación externa de la Dirección de Bienestar Animal de la Alcaldía de Bello Horizonte de zona 21.	Promover la educación con los vecinos en el tema al cuidado animal de las mascotas.	Producir de contenido digital (Fotos y cápsulas)	Sentimiento con los usuarios.	Cantidad de sentimiento. *Positivos *Neutros *Negativos
	Concientizar a los vecinos el cuidado animal por la Dirección de Bienestar Animal.	Crear material BTL (Banner roll up y afiches informativos)	Informar / educar	Nivel de conciencia educacional
	Difundir en diferentes canales de la comunicación el cuidado de mascotas de la Dirección de Bienestar Animal con relación al cuidado animal	Crear un manual educativo traducido en castellano y cakchiquel.	Educar al vecino Sentimiento de conciencia.	Nivel de conciencia capacidad de educación
		Donar insumos para el beneficio del albergue.	Sentimiento de conciencia y motivación.	Cantidad de donaciones y voluntariados.

Fuente: elaboración propia

2.6.5. Los instrumentos.

Según (Sampieri, 2,014) los instrumentos de medición es el recurso que utiliza el investigador para registrar información o datos sobre las variables que tiene en mente.

En ese sentido en relación a las actividades descritas anteriormente, los instrumentos a utilizar para la propuesta son los siguientes.

Tabla 3 de instrumentos

Acciones	Tiempo de elaboración	Tiempo para implementar
100 fotografías	100 videos – 2 meses	6 meses
20 cápsulas	20 videos – 15 días por video	6 meses
2 manuales	2 manuales - 2 meses	6 meses
35 afiches	35 afiches – 2 meses	6 meses
4 banner roll up	4 banner – 2 meses	6 meses
Donación	1 donación – cada 15 días	6 meses

Fuente: elaboración propia

2.7. Actividades para la operatividad de la estrategia

Tabla 4-actividad 1

Propuesta 1: Material digital – Sesión de fotos	
Actividad	Descripción
Producción	Toma de 100 fotografías en formato JPG enfocado primer plano en las mascotas.
Diseño	Retoque y diseño de 100 fotografías, adaptación a 1,200 x 1,200 Línea gráfica colores verde, azul y amarillo con los dos logos (Dirección Bienestar Animal, Unidad de Educación Municipalidad de Guatemala)
Implementación	Entrega de material diseñado para el ok de la institución proyectado a 6 meses

Fuente: elaboración propia

Tabla 5 – actividad 2

Propuesta 2 - Cápsulas de videos	
Actividad	Descripción
Producción	Toma de 20 videos enfocado en las mascotas en formato MP4 con duración de 15 segundos. .
Diseño	Retoque y edición de 20 cápsulas de video adaptación a 1,200 x 1,200 Línea gráfica colores verde, azul y amarillo con los dos logos (Dirección Bienestar Animal, Unidad de Educación Municipalidad de Guatemala)
Implementación	Entrega de material diseñado para el ok de la institución proyectado a 6 meses. 3 videos mensuales.

Fuente: elaboración propia

Tabla 6 –actividad 3

Propuesta 3 Manual educativo digital	
Actividad	Descripción
Producción	Recopilación de información en relación al cuidado animal avalado por una veterinaria.
Diseño	Diseño y color de 2 manuales educativos con imágenes de mascotas e integración de información de la Educación animal.
Implementación	Entrega de 2 manuales impresos y digitales traducidos al español y cakchiquel.

Fuente: elaboración propia

Tabla 7- actividad 4

Propuesta 4 – Afiches	
Actividad	Descripción
Producción	Recopilación de información en relación al cuidado animal avalado por una veterinaria.
Diseño	Diseño y color de 35 afiches a una medida de 35 x50
Implementación	Entrega de 35 afiches impresos y digitales.

Fuente: elaboración propia

Tabla 8-actividad 5

Propuesta 5 – Banners Roll up	
Actividad	Descripción
Producción	Cotización, recopilación de información en relación al cuidado animal avalado por una veterinaria.
Diseño	Diseño y color de 4 banners roll up
Implementación	Entrega de 4 banners roll up con estructura de metal.

Fuente: elaboración propia

Tabla 9-actividad 6

Propuesta 5 – Banners Roll up	
Actividad	Descripción
Producción	Recopilación de insumos necesarios (jabón, cloro, bolsas de basura. Etc.)
Implementación	Entrega de la donación al albergue.

Fuente: elaboración propia

2.8 Financiamiento

Para la ejecución del plan estratégico de comunicación se cuenta con el apoyo de la Alcaldía Auxiliar de Bello Horizonte zona 21 en un 50% de los gastos y de la Estudiante del Ejercicio, Profesional Supervisado de la Escuela de Ciencias de la Comunicación Yasmin Eunice Salazar Armas en un 50% de los gastos totales.

2.9 Presupuesto

A continuación, se presenta un desglose estimado de costos para la ejecución del proyecto.

Tabla 10 – presupuesto

CANTIDAD	DETALLE	COSTO UNIDAD	COSTO TOTAL	FINANCIAMIENTO
100	Diseño y retoque de fotografías	Q50.00	Q5,000	Dirección de Bienestar Animal.
20	Edición de videos	Q400	Q8,000	Estudiante del EPS
2	Diseño de manual educativo	Q700	Q1,400	Estudiante del EPS
1	Traducción a Cakchiquel	Q2,500	Q1,000	Dirección de Bienestar Animal
2	Impresión de 2 manuales	Q200	Q1,200	Estudiante del EPS
35	Diseño de afiches	Q125	Q4,375	Estudiante del EPS
35	Impresiones de afiches	Q50	Q1,750	Estudiante del EPS
4	Diseño/impresión banner	Q150	Q600	Estudiante del EPS
1	Donación en materia prima	Q1,500	Q1,500	Estudiante del EPS
1	Asesoría	Q8,000	Q8,000	Estudia del EPS
TOTAL, DEL PROYECYO			Q32,825	

Fuente: Elaboración propia

2.10. Beneficiarios

Tabla 11 – beneficiarios

BENEFICIARIO	BENEFICIO
<p>Beneficiarios primarios Dirección de Bienestar Animal de la Alcaldía Auxiliar de Bello Horizonte zona 21. Municipalidad de Guatemala</p>	<p>Los principales beneficiarios del proyecto comunicacional será la Dirección de Bienestar Animal como tal ya que ellos recibirán el material de apoyo para ampliar la información en relación al cuidado de mascotas y ampliarán su conocimiento como institución.</p>
<p>Beneficiarios primarios. Vecinos de Nimajuyú zona 21 Universidad San Carlos de Guatemala</p>	<p>La población de Nimajuyú zona 21 (Bello Horizonte, Nimajuyú 1, Nimajuyú 2, Cerro Gordo, Guajitos, Colonia Venezuela) hombres, mujeres, niños, adolescentes y adultos serán los beneficiarios secundarios ya que podrán estar informados y tener una mejor educación acerca del cuidado animal.</p> <p>Estudiantes de la Universidad de San Carlos de Guatemala también forman parte de este beneficio al entregar el proyecto escrito en Donde encontrarán información de utilidad.</p>

Fuente: Elaboración propia

2.11. Recursos Humanos

Tabla 12 – recursos humanos

PERSONAL	CARGO	ACTIVIDAD
Lic. Jorge Mario López	Director de la Dirección de Bienestar Animal	Encargado de dar el ok final Para la implementación y ejecución del proyecto.
Sara Polanco	Sub directora de la Dirección de Bienestar Animal	Encargada de revisar y Supervisar las propuestas del proyecto.
Keyla Vidal.	Secretaria de la Alcaldía Auxiliar zona 21	Encargada de coordinar fechas y horarios de reuniones con el personal y visitas a la alcaldía.
Lisette Polanco	Coordinadora del Albergue municipal de Mascotas.	Encargada de coordinar horarios y fechas para la toma del contenido en el albergue de mascotas
Brayan Castillo	Veterinario de la Dirección de Bienestar Animal.	Encargado de dar apoyo con información específica del cuidado animal para el contenido del manual Educativo.
Pablo Noruega	Diseñador	Encargado del diseño, retoque y edición del contenido, manual y afiches.
José María Torres	Doctor.	Coordinador del Ejercicio Profesional Supervisado.
Evelin Morazán Gaitán	Magíster.	Sub coordinadora del Ejercicio Profesional Supervisado.
Mynor Martínez	Licenciado	Supervisor del Ejercicio Profesional Supervisado.
Yasmin Salazar	Estudiante del Ejercicio Profesional Supervisado.	Encargada de proponer, coordinar y ejecutar el proyecto

Fuente: Elaboración propia

2.12. Área Geográfica de acción

El proyecto se realizará en 16 Avenida 11-54 Colonia Bello Horizonte zona 21.

2.13. Cuadro corporativo de la estrategia.

Tabla 13 – cuadro comparativo

Actividad.	Objetivos específicos	Ppto.	Recurso humano	Área geográfica	Beneficiario	Fecha de ejecución.
Toma y diseño de 100 fotografías	Ampliar la comunicación en redes sociales en relación al cuidado animal.	Q5,000	Técnico en Fotografía y diseño	Ciudad de Guatemala	Dirección de Bienestar Animal	3ra. Semanade julio.
Toma y edición de 20 capsulas.	Fomentar la comunicación en redes sociales en relación al cuidado animal.	Q8,000	Técnico en Fotografía y edición de video	Ciudad de Guatemala	Dirección de Bienestar Animal	4ta semana de julio.
Diseño de 35 afiches	Brindar información en relación al cuidado animal en los lugares más visibles en la alcaldía.	Q4,375	Diseñador gráfico	Ciudad de Guatemala	Dirección de Bienestar Animal /Vecinos de la zona 21.	5ta semana de julio.
Diseño manual educativo.	Promover la educación animal a través de un manual.	Q1,400	Diseñador gráfico.	Ciudad de Guatemala	Ciudad de Guatemala.	2da semana de agosto.
Traducción del manual educativo	Fomentar la educación animal por medio de un manual educativo de mascotas.	Q2,500	Academia de Lenguas Mayas.	Ciudad de Guatemala	Ciudad de Guatemala.	3ra semana de agosto
Diseño e impresión de 4 banner roll up	Informar la educación animal por medio de un roll up.	Q600	. Estudiante EPS/diseñador	Ciudad de Guatemala	Vecinos zona 21	3ra semana de agosto.
Donación	Concienciar a los vecinos a través de donaciones al albergue.	Q1,500	Estudiante EPS.	Ciudad de Guatemala	Vecinos zona 21	5ta semana de agosto

Fuente: Elaboración propia

2.14. Cronograma del plan

Tabla 14 cronograma del plan

No.	ACTIVIDAD	MESES									
		Julio			Agosto					Septiembre	
		S3	S4	S5	S1	S2	S3	S4	S5	S1	
1	Toma diseño de fotografías	■									
2	Toma y diseño de video										
3	diseño y aprobación de afiches			■							
4	Aprobación de creatividad para el manual			■							
5	Diseño y aprobación manual educativo					■					
6	Traducción manual educativo						■				
7	Creación del QR							■			
8	Impresión de manual y afiches								■		
9	Entrega del material digital e impreso									■	
10	Entrega de donación en materia prima										■

Fuente: Elaboración propia



Capítulo 3 Ejecución de la estrategia



3. Informe de la ejecución

3.1. Ejecución 1 - fotografías.

Tabla 15 – fotografías

Nombre de la actividad	Objetivo de la actividad	Medio utilizado	Área geográfica de impacto	Presupuesto de la acción
Toma y diseño de 100 Fotografías.	Incrementar la comunicación en las Redes sociales en relación con el cuidado animal y el reforzamiento de la línea gráfica en la entidad por medio de contenidos Digitales.	Facebook	Ciudad de Guatemala zona 21.	Para esta ejecución de utilizó una inversión de Q5,000

Fuente: Elaboración propia

Figura 14 Post de Facebook



Fuente: Elaboración propia

3.2. Ejecución 2 - Cápsulas

Tabla 16 Contenido digital – fotografías

Nombre de la actividad	Objetivo de la actividad	Medio utilizado	Área geográfica de impacto	Presupuesto de la acción
Toma y edición de 20 videos	Fortalecer la comunicación en las redes sociales en cuanto al cuidado animal.	Facebook	Ciudad de Guatemala zona 21.	Para esta actividad de utilizó una inversión de Q8,000

Fuente: Elaboración propia

Figura 15- cápsulas



Fuente: Elaboración propia

3.3. Ejecución 3- Afiches

Tabla 17 – afiches

Nombre de la actividad	Objetivo de la actividad	Medio utilizado	Área geográfica de impacto	Presupuesto de la acción
Ejecución Diseño de 35 afiches informativos.	Informar a los vecinos acerca de la protección animal, por medio de un afiche con instrucciones precisas.	BTL	Ciudad de Guatemala zona 21.	Para esta actividad se utilizó una inversión de Q4,375

Fuente: Elaboración propia



Figura 16- afiche

Fuente: Elaboración propia

3.4. Ejecución 4 - Manual educativo

Tabla 18 – Manual educativo

Nombre de la actividad	Objetivo de la actividad	Medio utilizado	Área geográfica de impacto	Presupuesto de la acción
Diseño de 2 manuales educativos traducido en castellano y Cakchiquel.	Educar a los vecinos sobre el cuidado animal, por medio de un manual educativo.	Facebook (Digital e impreso)	Ciudad de Guatemala zona 21.	Para esta actividad de utilizó una inversión de Q5,000

Fuente: Elaboración propia

Figura 17 – manual educativo



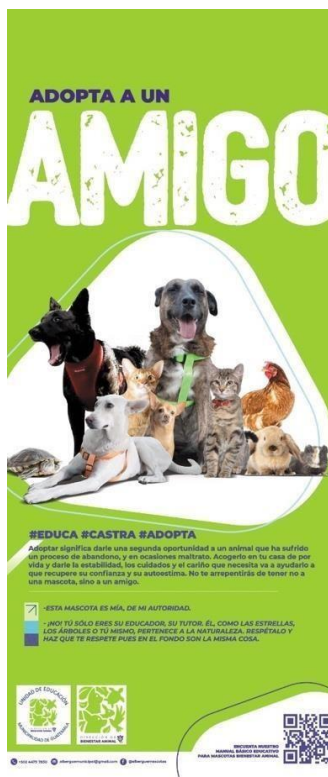
Fuente: Elaboración propia

3.5. Ejecución 5 - Banner roll up.

Tabla 19 –banners roll up

Nombre de la actividad	Objetivo de la actividad	Medio utilizado	Área geográfica de impacto	Presupuesto de la acción
Diseño e impresión de 4 banner roll up	Informar un código banner roll up para facilitar el acceso al manual educativo	BTL	Ciudad de Guatemala zona 21.	Para esta inversión Se utilizó una inversión de Q600

Fuente: Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia

3.6. Ejecución 6 - Donación

Tabla 19 - donación

Nombre de la actividad	Objetivo de la actividad	Medio utilizado	Área geográfica de impacto	Presupuesto de la acción
Donación en materia prima (Utensilios de limpieza, comida y accesorios) para el beneficio de las mascotas.	Concienciar a los vecinos por medio de una donación en materia prima para el beneficiado de la Dirección de Bienestar Animal.	Donación.	Ciudad de Guatemala zona 21.	Para esta ejecución de utilizó una inversión de Q1,500.00

Fuente: Elaboración propia

Figura 18 – donación



Fuente: Elaboración propia

Conclusiones

1. Para la elaboración de este material, se utilizaron diferentes técnicas e instrumentos, con el objeto de obtener información para entender cuál es el tipo de información que utiliza la Dirección de Bienestar Animal logrando con ello realizar una estrategia de comunicación que benefició a la institución.
2. Por medio de la investigación mixta se evidenció que los vecinos de Nimajuyú zona 21 no tienen conocimiento adecuado para poder educar a una mascota.
3. Se descubrió por medio de la observación y entrevistas que no existe una concienciación por parte de las autoridades municipales de adopción de mascotas / educación animal.
4. Este trabajo fue elaborado con la finalidad de promover los procesos de comunicación para que la organización logre la retroalimentación y mejorar constantemente en materia de comunicación.
5. La ejecución de los materiales digitales, impresos ayudó a mejorar la comunicación externa que tiene la Dirección de Bienestar Animal con el fin de dar a conocer a los vecinos una educación animal más profunda.
6. La elaboración del manual educativo tuvo como fin educar a cerca del cuidado animal a los vecinos de zona 21.

Recomendaciones

1. Se invita a la Dirección de Bienestar Animal, que no deje de implementar las estrategias de comunicación, para lograr los objetivos y metas planteadas dentro de este trabajo, asimismo se recomienda la implementación de una persona que cumpla los requisitos de comunicación para la elaboración del material comunicacional que pueda surgir a futuro.
2. Se exhorta concienciar a las autoridades municipales crear un plan de concienciación para el beneficio propio de a los vecinos de zona 21.
3. Se recomienda la Dirección de Bienestar Animal retroalimentar las redes sociales para crear una comunicación más completa en relación al cuidado animal.
4. Se recomienda que las estrategias planteadas en este trabajo, se cumplan de la manera más eficaz y puedan ser elaboradas o concretadas con seriedad para lograr los objetivos de este diagnóstico.
5. Se invita a las autoridades de la Dirección de Bienestar Animal que continúen con el enriquecimiento y comunicación del manual educativo a través de sus diferentes medios,

Referencias bibliográficas

M, R. (2020). *Diagnóstico de comunicación*. Guatemala: 21 de julio. Rosales. (2020). *Diagnóstico de comunicación*. Guatemala: 21 de julio.

Tesis, O. (2 de marzo de 2020). *Técnicas de recolección de datos para realizar un trabajo de investigación*. Obtenido de Online Tesis: <https://online-tesis.com/tecnicas-de-recoleccion-de-datos-para-realizar-un-trabajo-de-investigación/>

Pañuela, M. A. (2010). *Métodos de investigación*. México.

Monografías.com. (Agosto de 2,004). *Métodos de recolección de datos*. . Obtenido de Monografías.com: <https://www.monografias.com/trabajos18/recoleccion-de-datos/recoleccion-de-datos.shtml>

Municipalidad de Guatemala. (2020). *Municipalidad de Guatemala*. Obtenido de Muni Guate: <https://muniguate.tumblr.com/post/117774754771/una-vida-digna-para-la-poblacion-canina-de-la/amp>

Diccionario Municipal de Guatemala. (2,009). *Diccionario Municipal de Guatemala*. Obtenido de Muni Guate: https://muniguate.tumblr.com/?amp_see_more=1

Alicia, H. S. (2,013). La técnica de grupos focales. En H. S. Alicia. México: marzo.

Ical Díaz, M. F. (septiembre de 2,019). Diseño de material gráfico para promover donaciones al Albergue Municipal de Mascotas en zona 21 Guatemala. Guatemala, Guatemala.

Morales Alonzo, A. M. (Noviembre de 2,014). Comunicación interna en la dirección de desarrollo social de la Municipalidad de Guatemala. Guatemala, Guatemala.

Hernández, S. (2,104). Metodologías de investigación. En *Metodologías de investigación* (pág. 4). México: México.

Hernández, S. (2,014). *Metodologías de investigación*. México.

FODA, M. o. (s.f.). *Análisis FODA*. Obtenido de <https://www.analisisfoda.com>

Pineda, S. (2020). *Análisis FODA y árbol de problemas*. Obtenido de Análisis FODA y árbol de problemas: <https://youtu.be/JuNwb4phx34>.

Bartoli. (1,992). *Comunicación organizacional externa*.

Infoguia. (2015). *Infoguia.com*. Obtenido de Inoguia: <https://bit.ly/3AaMO1r>

Wikipedia. (2021). *Metodología* Obtenido de Wikipedia:
<https://es.wikipedia.org/wiki/Metodolog%C3%ADa>

Sampieri, R. H. (2,014). *Metodología de la investigación*. México .Anexos

Anexo

Transcripción de entrevistas:

Entrevista a: Sara Polanco alcaldesa de la Alcaldía Auxiliar De Bellos Horizontes Zona 21.

Entrevistador: Soy Yasmin Salazar, estudiante de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala, como parte de mi proyecto de Ejercicio Profesional Supervisado, deseo realizar una entrevista que me permitirá recabar información acerca de la comunicación en general de la Alcaldía Auxiliar. Entrevistador: ¿Cuál es su nombre? Entrevistado: Mi nombre es Sara Polanco

Entrevistado: Licenciada Sara ¿Cuáles son los medios de comunicación de la Alcaldía Auxiliar?

Entrevistador: Por el momento contamos con *Facebook* y la página web que tiene la Municipalidad de Guatemala.

Entrevistador: ¿Dentro de los proyectos o direcciones cuál cree usted que es la que necesita más apoyo en comunicación?

Entrevistado: Considero que todas necesitan un impulso sin embargo el proyecto más importante en la Alcaldía Auxiliar hasta el momento es La Dirección de Bienestar Animal.

Entrevistador: ¿La Alcaldía de Auxiliar tiene algún presupuesto asignado para la Dirección de Bienestar Animal? Por ser un proyecto nuevo por el momento no contamos con un presupuesto específico.

Entrevistador: ¿Cuál cree usted que es el medio de comunicación externo más utilizado por los vecinos de zona21?

Entrevistado: Yo pienso que es *Facebook* o *WhatsApp*.

Entrevistador: ¿Los medios de comunicación externos de la Alcaldía Auxiliar se mantienen activos?

Sí tratamos de comunicar lo más que se pueda en nuestras páginas, tenemos la de *Facebook* de la alcaldía y la que es específica del Albergue Municipal de Mascotas

además contamos con un grupo de *WhatsApp* en donde están integrados varios vecinos.

Transcripción de entrevistas:

Entrevista a: Jennifer Polanco coordinadora de la Dirección de Bienestar Animal

Entrevistador: Soy Yasmin Salazar, estudiante de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala, como parte de mi proyecto de Ejercicio Profesional Supervisado, deseo realizar una entrevista que me permitirá recabar información acerca de la comunicación en general de la Alcaldía Auxiliar.

Entrevistador: ¿Cuál es su nombre?

Entrevistado: Mi nombre es Jennifer

Entrevistador: ¿Cuál es su puesto en la Alcaldía Auxiliar de zona 21?

Entrevistado: Soy coordinadora de la Dirección de Bienestar Animal.

Entrevistador: ¿Cómo surge esta Dirección de Bienestar Animal?

Entrevistado: Surge a raíz de la necesidad de las mascotas que se han refugiado o han sido abandonadas, esta dirección en un proyecto que tiene el soporte directamente de la Municipalidad de Guatemala.

Entrevistador: ¿Cuál es el objetivo de la Dirección de Bienestar Animal?

Entrevistado: El objetivo es educar al vecino creando conciencia de que las mascotas también tienen derecho a vivir de una buena manera.

Entrevistador: ¿Qué proyectos han realizado en la Dirección de Bienestar Animal?

Entrevistado: De hecho, el primer proyecto surge en el 2012 cuando nuestro primer cachorrito "Taquito" fue adoptado por la alcaldía desde ese momento el alcalde Jorge Mario empezó a desarrollar lo que ahora es el Albergue Municipal de Mascotas.

Entrevistado: ¿Cuáles son los servicios que brinda el albergue?

Entrevistado: Principalmente el albergue se rige por 3 objetivos que son: Educar, castrar y adoptar.

Entrevistador: ¿Cuáles son las herramientas de comunicación del albergue?

Entrevistado: Actualmente contamos con una página de *Facebook* y un grupo de

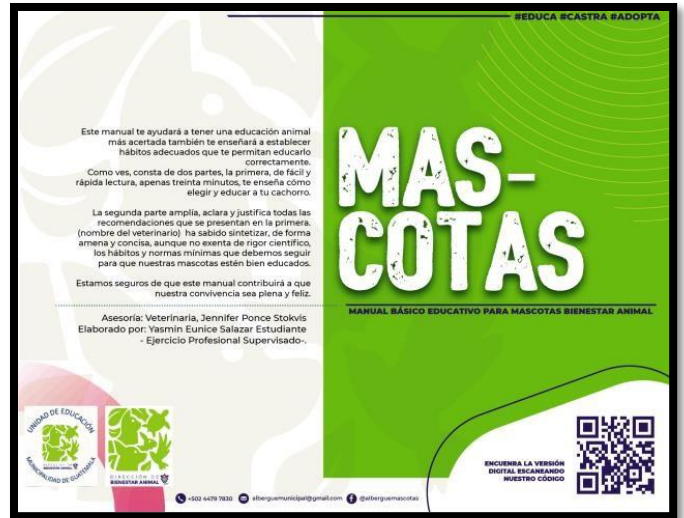
WhatsApp.

Fotografías

Entrevista a Karen Figueroa Supervisora de la Dirección Animal
y Lissette Polanco Coordinadora del Albergue de mascotas



Anexo 2: Elaboración del manual educativo de mascotas.



Anexo 3: Ejecución de contenido digital

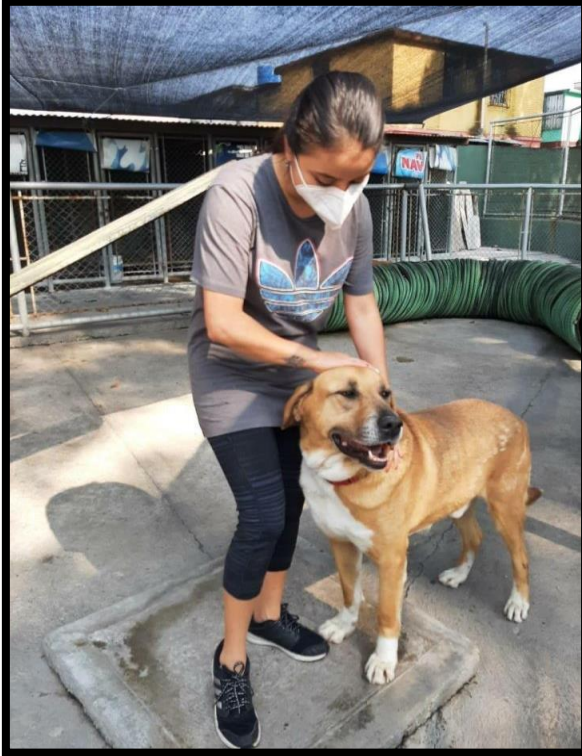


Anexo 4: Ejecución de banner roll up y afiche informativo



Anexo 5: Voluntariado Albergue Municipal de Mascotas



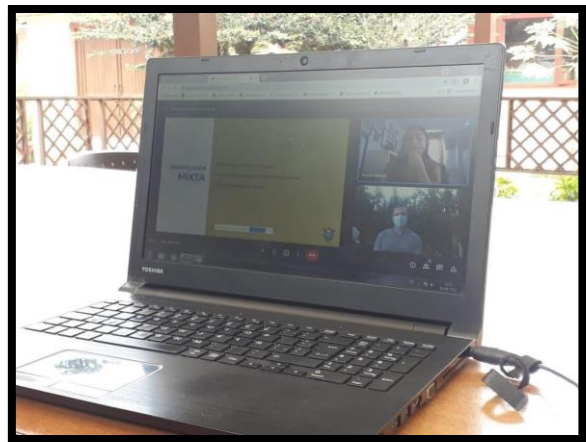


Anexo 5: Donación Albergue Municipal de Mascotas





Anexo 6: Supervisión y presentación de proyecto en la Alcaldía Auxiliar Bello Horizonte



Anexo 7: cotizaciones

SERGRÁFICA DIGITAL Factura Cambiaria Serie C Nº 005040
 SERGRÁFICA, S. A. 20 Calle 2-43 Zona 9 Finca El Zapote • Guatemala, Guatemala
 P.O. Box 2328-1600 • www.sergrafica.com
 NIT: 4770390

SUJETO A PAGOS TRIMESTRALES

Fecha: Guatemala 23 septiembre 2021
 Cliente: YASMIN EUNICE SALAZAR ARMAS
 Dirección: CIUDAD
 NIT: CIUDAD

Crédito: ___ días
 Contado: 0

Cantidad	Descripción	Importe
4	JUEGOS DE IMPRESIONES A UN COLOR 73 Hojas.	235.45
2	JUEGOS DE IMPRESIONES A FULL COLOR 73 Hojas.	189.75
Total en Letras:		425.20

TOTAL Q. 425.20

1. A los días de crédito especificados en esta factura se serviran ustedes pagar por esta factura cambiaria. Cada día de atraso a la orden de SERGRÁFICA, S.A. cualquier atraso en el pago se cargará el 2.5% mensual de interés por mora sobre saldo vencido del valor total por el que está extendida. Valor recibido que aceptarán válidos a cuenta según muestra antes.
 2. Cualquier reclamo referente a esta factura debe hacerse en los siguientes 3 días hábiles de la fecha de recibido.
 3. Esta factura no se considera cancelada sin el respectivo recibo de caja.
 Sergráfica, S. A. NIT: 4770390-0 del 2001 a.s. No. Autorizado según Resolución No. 2021-1-61-200002 de fecha 20/07/2021. Este documento emite el 20/09/2021

ALMG ACADEMIA DE LENGUAS MAYAS DE GUATEMALA
 12 de junio 2021

Estimadaa señorita
 Yasm in Salazar.

A continuación encontrará un desglose de costos solicitados referente a traducción por parte de Academia de Lenguas Mayas.

Carta de cotización

Cantidad	Concepto	Costo unitario
1	Manual de 15 páginas traducidas al Cakchiquel	Q.2500.00
		Total: Q2.500.00

*Precios en moneda nacional
 *Los precios no incluyen IVA.

Atentamente:
 Academia de Lenguas Mayas.
 Dirección: 3 CALLE 00-11 ZONA 10, 3A Calle, Cdad. De Guatemala
 Teléfono: 2503 7000

SERGRÁFICA DIGITAL Recibo de caja Serie "SD" Nº 004094
 Por Q. 425.20

20 Calle 2-43 Zona 2 Finca El Zapote • Guatemala, Guatemala, CA
 Tels.: (502) 2328-1600 • Tel. Fax: (502) 2328-1699

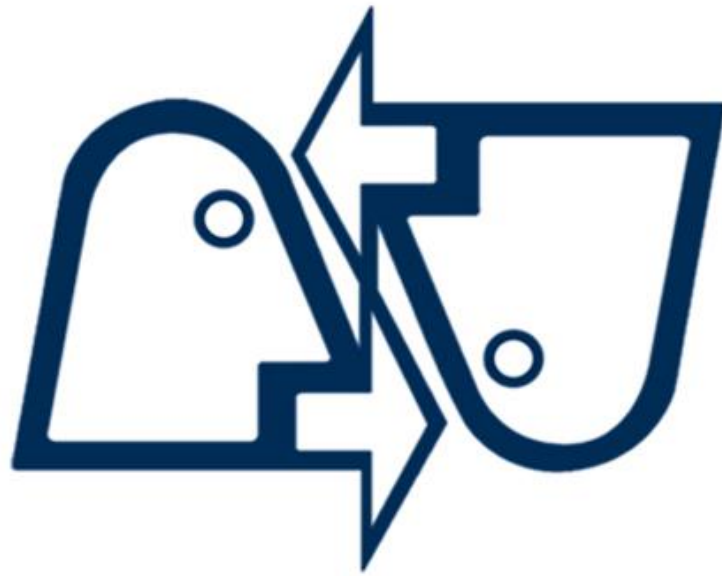
Lugar: Guatemala Dia: 23 Mes: 09 Año: 2021

Recibimos de: Yasmin Eunice Salazar Armas
 La suma de: Cuatrocientos veinticinco con 20/100
 Factura No.: 5040

Estado de Cuenta	Cheques No.	Banco	Fecha	Valor Q.
Saldo anterior Q.				
Abono Q.				
Saldo actual Q.				
	Efectivo			425.20
	Total			425.20

P. Rudy
 Sergráfica, S.A.

4 JUEGOS



Comunicación
creando futuro