

Universidad de San Carlos de Guatemala

Escuela de Ciencias de la Comunicación

**DIAGNÓSTICO DEL FUNCIONAMIENTO DEL DEPARTAMENTO DE
RELACIONES PÚBLICAS DE LA MUNICIPALIDAD DE VILLA CANALES**

Trabajo de Tesis presentado por:

SUNI ELIZABETH VELÁSQUEZ LÓPEZ

Previo a optar el Título de:

LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Asesor:

Licenciado Cesar Augusto Paiz

Guatemala, marzo del 2012

Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencias de la Comunicación

Consejo Directivo

Director
Lic. Julio E. Sebastián Ch.

Representantes Docentes

Lic. Víctor Carillas
M.A. Amanda Ballina

Representantes Estudiantiles

Néstor Aníbal de León Velásquez
José Jonatán Girón Ticurú

Representantes de los Egresados

Lic. Johnny Michael González Batres

Secretaria

M. Sc. Claudia Molina

Tribunal Examinador

Lic. Cesar Paiz (Presidente, Asesor)

M.A. Otto Yela

M.A. Amanda Ballina

M.A. Donaldo Vásquez

Licda. Silvia Morales de Paniagua

Lic. Mario Toje (Suplente)



Escuela de Ciencias de la Comunicación
Universidad de San Carlos de Guatemala

s/n

Guatemala, 15 de marzo de 2011
Dictamen aprobación 22-11
Comisión de Tesis

Estudiante

Suni Elizabeth Velásquez López
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Ciudad de Guatemala

Estimado(a) estudiante **Velásquez**:

Para su conocimiento y efectos, me permito transcribir lo acordado por la Comisión de Tesis en el inciso 1.3 del punto 1 del acta 03-2011 de sesión celebrada el 15 de marzo de 2011 que literalmente dice:

1.3 Comisión de Tesis acuerda: A) Aprobar al (la) estudiante Suni Elizabeth Velásquez López, carné 200417657, proyecto de tesis **DIAGNÓSTICO DEL FUNCIONAMIENTO DEL DEPARTAMENTO DE RELACIONES PÚBLICAS DE LA MUNICIPALIDAD DE VILLA CANALES**. B) Nombrar como asesor(a) a: Licenciado César Paiz.

Asimismo, se le recomienda tomar en consideración el artículo número 5 del REGLAMENTO PARA LA REALIZACIÓN DE TESIS, que literalmente dice:

...“se perderá la asesoría y deberá iniciar un nuevo trámite, cuando el estudiante decida cambiar de tema o tenga un año de haberse aprobado el proyecto de tesis y no haya concluido con la investigación.” (lo subrayado es propio).

Atentamente,

ID Y ENSEÑAD A TODOS


M.A. Aracely Mérida
Coordinadora Comisión de Tesis



Copia: Comisión de Tesis
AM/Eunice S.

Edificio
Ciudad Universitaria, zona
Teléfonos: (502) 2418-8
(502) 2443-9500 extensión 1
Telefax: (502) 2418-8
www.comunicacion.usac.edu



Escuela de Ciencias de la Comunicación

Universidad de San Carlos de Guatemala

Guatemala, 26 de agosto de 2011

Comité Revisor/ NR

Ref. CT-Akmg 70-2011

Estudiante

Suni Elizabeth Velásquez López

Carné **200417657**

Escuela de Ciencias de la Comunicación

Ciudad Universitaria, zona 12.

Estimado(a) estudiante **Velásquez**:

De manera atenta nos dirigimos a usted para informarle que esta comisión nombró al COMITÉ REVISOR DE TESIS para revisar y dictaminar sobre su tesis: **DIAGNÓSTICO DEL FUNCIONAMIENTO DEL DEPARTAMENTO DE RELACIONES PÚBLICAS DE LA MUNICIPALIDAD DE VILLA CANALES.**

Dicho comité debe rendir su dictamen en un plazo no mayor de 15 días calendario a partir de la fecha de recepción y está integrado por los siguientes profesionales:

Lic. César Paiz, presidente(a).
M.A. Otto Yela, revisor(a).
M.A. Amanda Ballina, revisor(a).

Atentamente,

ID Y ENSEÑAD A TODOS

M.A. Gustavo Bracamonte Cerón
Director ECC

M.A. Aracelly Mérida
Coordinadora Comisión de Tesis



Copia: comité revisor. Adjunto fotocopia del informe final de tesis y boleta de evaluación respectiva.

Larissa Melgar
archivo.

AM/GB/Eunice S.

Edificio M;
Ciudad Universitaria, zona 1;
Teléfonos: (502) 2418-892
(502) 2443-9500 extensión 147
Telefax: (502) 2418-891
www.comunicacion.usac.edu.g



Autorización informe final de tesis por Terna Revisora

Guatemala, 14 de noviembre de 2011.

M.A. Aracelly Mérida
Coordinadora
COMISIÓN DE TESIS
Escuela de Ciencias de la Comunicación,
Edificio.

Distinguida M.A. Mérida:

Atentamente informamos a usted que el estudiante, Suni Elizabeth Velásquez López
Carné: 200417657 ha realizado las correcciones y recomendaciones a su TESIS, cuyo título final
es: "Diagnóstico del Funcionamiento del Departamento de Relaciones Públicas de la Municipalidad
de Villa Canales".

En virtud de lo anterior, se emite DICTAMEN FAVORABLE a efecto de que pueda continuar con el
trámite correspondiente.

M.A. Otto Yela
Miembro Comisión Revisora

"ID Y ENSEÑAD ATODOS"

Licenciado Cesar Paiz
Presidente Comisión Revisora

M.A. Amanda Ballina
Miembro Comisión Revisora

c.c. archivo



Escuela de Ciencias de la Comunicación

Universidad de San Carlos de Guatemala

Guatemala, 26 de enero de 2012
Tribunal Examinador de Tesis/N.R.
Ref. CT-Akmg- No. 15-2012

Estudiante

Suni Elizabeth Velásquez López

Carné **200417657**

Escuela de Ciencias de la Comunicación
Ciudad Universitaria, zona 12

Estimado(a) estudiante **Velásquez:**

Por este medio le informamos que se ha nombrado al tribunal examinador para que evalúe su trabajo de investigación con el título: **DIAGNÓSTICO DEL FUNCIONAMIENTO DEL DEPARTAMENTO DE RELACIONES PÚBLICAS DE LA MUNICIPALIDAD DE VILLA CANALES**, siendo ellos:

Lic. César Paiz, presidente(a)
M.A. Otto Yela, revisor(a).
M.A. Amanda Ballina, revisor(a)
M.A. Donaldó Vásquez, examinador(a).
Licda. Sylvia Morales de Paniagua, examinador(a).
Lic. Mario Toje, suplente.

Por lo anterior, apreciaremos se presente a la Secretaria del Edificio M-2 para que se le informe de su fecha de examen privado.

Deseándole éxitos en esta fase de su formación académica, nos suscribimos.

Atentamente,

ID Y ENSEÑAD A TODOS

M.A. Gustavo A. Braacamonte C.
Director ECC



M.A. Aracelly Mérida
Coordinadora Comisión de Tesis



Copia: Larissa
Archivo
AM/Eunice S.

Edificio M2
Ciudad Universitaria, zona 12
Teléfonos: (502) 2418-8921
(502) 2443-9500 extensión 1471
Telefax: (502) 2418-8911
www.comunicacion.usac.edu.g



Escuela de Ciencias de la Comunicación
Universidad de San Carlos de Guatemala

Guatemala, 12 de marzo de 2012
Orden de Impresión/NR
Ref. CT-Akmg- No. 12-2012

Estudiante
Suni Elizabeth Velásquez López
Carné **200417657**
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Ciudad Universitaria, zona 12

Estimado(a) estudiante **Velásquez**:

Nos complace informarle que con base a la **autorización de informe final de tesis por asesor**, con el título **DIAGNÓSTICO DEL FUNCIONAMIENTO DEL DEPARTAMENTO DE RELACIONES PÚBLICAS DE LA MUNICIPALIDAD DE VILLA CANALES**, se emite la orden de impresión.

Apreciaremos que diez ejemplares impresos sean entregados en la Secretaría General de esta unidad académica ubicada en el 2º. nivel del Edificio M-2. Seis ejemplares y dos cd's en formato PDF, en la Biblioteca Flavio Herrera y dos ejemplares y un cd en formato PDF en la Biblioteca central de esta universidad.


Es para nosotros un orgullo contar con un profesional como usted, egresado(a) de esta Escuela, que cuenta con todas la calidades para desenvolverse en cualquier empresa en beneficio de Guatemala, por lo que le deseamos toda clase de éxitos en su vida.

Atentamente,

ID Y ENSEÑAD A TODOS


Lic. Julio E. Sebastián Ch.
Director ECC




M.A. Aracelly Mérida
Coordinadora Comisión de Tesis



*Para efectos legales,
únicamente la autora es responsable
del contenido de este trabajo.*

DEDICATORIA

A DIOS:

Señor hoy que culmino una etapa más de mi vida e inicia otra, hoy que he hecho un vistazo al pasado y veo los obstáculos que he vencido, hoy que veo el futuro y observo los obstáculos que he de vencer, gracias por ser mi fortaleza en mis decadencias, te dedico este triunfo en mi vida y gracias porque en ningún momento dudaste en obsequiarme tu sabiduría.

A mis abuelos: Felisa Catalán de Velásquez (+)
Emiliano Velásquez
Florentina López Solís

Gracias por ser las raíces de mi existencia.

A mi madre: Rosa Marina López

Entrego uno de sus sueños hecho realidad, gracias por ser la inspiración de cada uno de mis sueños y metas que me he propuesto en la vida y por apoyarme incondicionalmente, te apoyare siempre y de hoy en adelante por fe, no cambiara solo mi vida si no la tuya también.

A mi padre: Luis Alberto Velásquez Catalán

Agradezco todo tu incondicional apoyo económico y moral este logro también es tuyo y te agradezco por haberme regalado la mejor herencia que puede darle un padre a su hija.

A mis hermanos:

Con mucho cariño y les insto a seguir adelante y si yo alcance una licenciatura ustedes tienen que lograr una maestría.

A mi familia: A mis tíos y primos, por haberme apoyado moralmente en todo momento.

A usted: por el tiempo que dedicara para leer esta tesis.

AGRADECIMIENTOS

- A:** Miguel García y a su distinguida esposa Irma Reyes por haberme permitido realizar este estudio durante su administración municipal (2008-2012), en Villa Canales y brindarme su apoyo para poder realizar la propuesta que será de beneficio para el departamento de relaciones públicas de esta institución, les agradeceré siempre y gracias por su amistad.
- A:** Las personas que conformaban el departamento de relaciones públicas en la administración del señor García por toda la colaboración que me brindaron durante el proceso de investigación.
- A:** Licenciado Cesar Paiz por apoyarme incondicionalmente y compartir su experiencia y conocimiento en la elaboración de este trabajo, muchas gracias por todo, fue un honor para mí que usted fuera mi asesor.
- A:** M.A. Amanda Ballina y M.A. Otto Yela por haber dedicado tiempo para la revisión de este proyecto final y por aportar cambios que fueron de mucha ayuda para la culminación de esta tesis.
- A:** M.A. Aracelly Mérida le estoy eternamente agradecida por su incondicional apoyo y amistad, gracias por compartir su conocimiento y la felicito porque es una profesional brillante y como dice Aristóteles “La inteligencia consiste no solo en el conocimiento, sino en la destreza de aplicar los conocimientos en la práctica” y a usted eso nadie se lo discute querida.
- A:** M.A. Elpidio Guillen por su apoyo moral en todo momento y por compartir su experiencia y su conocimiento hasta el final de la presentación de este trabajo lo quiero mucho y usted es un amigo muy especial para mí.
- A:** La Universidad de San Carlos de Guatemala y a la Escuela de Ciencias de la Comunicación por abrirme sus puertas y darme la oportunidad de prepararme como profesional en esta distinguida casa de estudio.
- A:** Todos mis amigos les agradezco por apoyarme siempre e instarme a seguir adelante, gracias por su amistad nunca los olvidare.

ÍNDICE

Resumen	i
Introducción	ii

CAPÍTULO 1

1. Marco conceptual	
1.1 Título del tema	1
1.2 Antecedentes del Problema	
1.3 Justificación	2
1.4 Planteamiento del problema	3
1.5 Alcances y límites	3
1.5.1 Objeto de Estudio	3
1.5.2 Alcance Geográfico	3
1.5.3 Alcance Temporal	3
1.5.4 Alcance Poblacional	3
1.5.5 Limitación Institucional	3

CAPÍTULO 2

2. Marco teórico	
2.1 Conceptos de relaciones públicas	4
2.2 Objetivos de las Relaciones Públicas	7
2.3 Tareas de las Relaciones Públicas	8
2.4 Modelos de las Relaciones Públicas	10
2.5 Relaciones Públicas en una Municipalidad	13
2.6 Los Públicos	13
2.7 Clasificación de los públicos	14
2.8 El profesional de las relaciones públicas	15
2.9 ¿Qué es Diagnóstico?	17
2.10 ¿Qué es Diagnóstico comunicacional?	18
2.11 ¿Qué es municipalidad?	18
2.12 La actual Municipalidad de Villa Canales	19
2.12.1 Organigrama general de la institución	21

2.13 Historia del Municipio de Villa Canales	22
2.14 Descripción del Escudo del Municipio de Villa Canales	23
2.14.1 Parte superior	24
2.14.2 Parte inferior	24
2.14.3 Engranajes de la parte superior del lado izquierdo y derecho	24
2.14.4 Planta de Caña de Azúcar	24
2.14.5 Libro con Antorcha	24
2.14.6 Rama de planta de Café	24
2.14.7 Paisaje (Cerca del lado izquierdo)	25
2.14.8 Dos Piñas	25
2.15 Himno a Villa Canales	25

CAPÍTULO 3

3. Marco metodológico

3.1 Método	28
3.2 Tipo de investigación	28
3.3 Objetivos	28
3.3.1 Objetivo General	28
3.3.2 Objetivos Específicos	28
3.4 Técnica	29
3.5 Instrumentos	29
3.6 Población o Universo	29
3.7 Muestra	29
3.8 Procedimiento	30

CAPÍTULO 4

4. Análisis de Resultados	31
4.1 Entrevistas al personal del Departamento de Relaciones Públicas	31
4.2 Descripción del proceso de observación	37
4.3 Encuestas realizadas a los usuarios	39
4.4 Análisis FODA del departamento de relaciones públicas	52
4.5 Entrevistas a los comunicadores sociales	55
Conclusiones	60
Recomendaciones	61
Referencias bibliográficas	62

Anexos

Anexo 1	
Propuesta de Relaciones Públicas para la Municipalidad de Villa Canales	67
Anexo 2	
Formato de encuesta realizada a los usuarios de la Municipalidad	84
Anexo 3	
Formato de entrevista realizada al personal del Departamento de Relaciones Públicas de la Municipalidad	86
Anexo 4	
Formato de entrevista realizada a los profesionales de la Comunicación	88
Anexo 5	
Guía de Observación	90

RESUMEN

Título: “Diagnóstico del Funcionamiento del Departamento de Relaciones Públicas de la Municipalidad de Villa Canales”

Autor: Suni Elizabeth Velásquez López

Universidad: San Carlos de Guatemala.

Unidad Académica: Escuela de Ciencias de la Comunicación.

Problema Investigado: ¿Cuáles son las deficiencias existentes en el funcionamiento del departamento de relaciones públicas en la Municipalidad de Villa Canales?

Procedimiento para obtener los datos:

Se realizaron entrevistas a Comunicadores de la Escuela de Ciencias de la Comunicación y a un Periodista del Noticiero Guatevisión así como a las personas que integran el Departamento de Relaciones Públicas y usuarios de la Municipalidad.

De acuerdo a la información recopilada se diagnosticó la problemática del departamento y se presentó la propuesta de relaciones públicas.

Resultados y conclusiones:

De acuerdo a la investigación realizada se determinó con respecto al funcionamiento interno del departamento de relaciones públicas de la Municipalidad de Villa Canales, este presenta deficiencias en la comunicación interna y la organización con el personal.

Introducción

Esta investigación aborda el tema del Diagnóstico del Funcionamiento del Departamento de Relaciones Públicas de la Municipalidad del Municipio de Villa Canales.

Se describe el proceso en que el Departamento de dicha institución lleva a cabo las Relaciones Públicas, como está organizado internamente con su personal, el mobiliario y equipo del cual está dotado y los medios que utiliza para difundir la información hacia la población.

En el Marco Conceptual se exponen los antecedentes del problema, la justificación, el planteamiento del problema y los alcances y límites de la investigación.

El Marco Teórico del estudio incluye definiciones acerca de Relaciones Públicas, tareas, objetivos, los modelos existentes, las características que deben tener los profesionales de Relaciones Públicas, los públicos y sus clasificaciones. Expone historia del Municipio de Villa Canales, descripción del escudo, el himno, historia de la actual administración municipal y el organigrama de toda la institución.

En el Marco Metodológico se presenta el método utilizado, tipo de investigación, objetivos generales y específicos, la técnica, los instrumentos, población y la muestra y el procedimiento para llevar a cabo dicha investigación.

En el capítulo cuatro se exponen los resultados y análisis del presente estudio.

Al final de dicho capítulo se encuentran las conclusiones, recomendaciones, las referencias bibliográficas y fuentes de internet que aportaron un soporte teórico.

Los anexos presentan los cuestionarios utilizados para las entrevistas y encuestas realizadas para obtener datos y la propuesta de Relaciones Públicas.

Capítulo I

1. Marco conceptual

1.1 Título del Tema

Diagnóstico del Funcionamiento del Departamento de Relaciones Públicas de la Municipalidad de Villa Canales.

1.2 Antecedentes del Problema

En una institución pública, es de suma importancia que se maneje de forma adecuada y correcta las relaciones públicas.

Esto se puede lograr teniendo un departamento bien organizado internamente y dotado del equipo necesario para que este ejerza un buen funcionamiento y así poder cumplir con la exigencia del campo laboral.

En la Escuela de Ciencias de la Comunicación se han hecho tesis anteriores acerca de este tema, trabajos que han sido realizados en distintas organizaciones como entidades financieras, instituciones educativas y de salud, empresas comerciales y de servicio, pero no directamente relacionados con este objeto de estudio.

En la investigación de la bibliografía existente acerca de este tema se encuentra la tesis de Karla Mariela García de la Cruz; “Situación actual de las Relaciones Públicas en el Tribunal Supremo Electoral ” (2002); Ana Raquel Miranda García; “Estudio de factibilidad para la creación de un departamento de Relaciones Públicas en la Escuela de Ciencias de la Comunicación USAC” (2004); Propuesta de Creación del Departamento de Relaciones Públicas para la Facultad de Arquitectura de la Universidad de San Carlos de Guatemala” (2007).

Sully Amibeth Méndez Johnson; “Situación actual de las Relaciones Públicas en la biblioteca central de la Universidad de San Carlos de Guatemala” (2009); Regina Román Chávez “La página web de la Municipalidad de Villa Nueva, una herramienta de comunicación institucional y de servicio” (2010); Ana Raquel García Miranda; “Estrategia de Comunicación interna para el Departamento de Relaciones Públicas de la Municipalidad de Mixco” (2010); Marina del Pilar

Rodríguez Lemus “Creación de un Departamento de Relaciones Públicas en la Dirección General de Caminos” (2011).

Las tesis antes mencionadas son un soporte teórico importante en la presente investigación, la cual pretende diagnosticar el funcionamiento del Departamento de Relaciones Públicas de la Municipalidad de Villa Canales.

1.3 Justificación

Las instituciones son creadas para cumplir con diferentes metas y objetivos, dentro de la clasificación de las instituciones se encuentran privadas y públicas.

Independientemente de que las instituciones sean privadas o públicas estas tienen la obligación de brindarle un buen servicio al ciudadano, aun que a diferencia de las instituciones privadas estas no reciben un pago por el mismo si no que depende de un presupuesto.

Gracias a la evolución de la comunicación hoy en día se cuenta con la tecnología y sus diferentes disciplinas, para que las empresas e instituciones puedan estar a la vanguardia en tan ardua lucha laboral dentro de las disciplinas que brinda la comunicación a la comunidad empresarial, industrial e institucional se encuentran las relaciones públicas; las cuales son de suma importancia para cualquier empresa e institución ya que son estas las que forjan una imagen positiva y aceptable hacia público exterior al que estas se dirigen.

La Municipalidad de Villa Canales es la encargada del gobierno y la administración del municipio, por lo que es necesario tener claros los parámetros del funcionamiento y la organización del departamento de relaciones públicas porque a través de este está en constante interacción con sus públicos.

1.4 Planteamiento del problema

Para él comunicador social que está al frente del departamento de relaciones públicas de una municipalidad es un trabajo arduo y planificado el que debe realizar, ya que tiene que ejercer un buen uso de la comunicación, los medios y las estrategias que hoy en día brinda esta para poder desarrollar un buen trabajo.

Las instituciones sean privadas o públicas están sometidas a la gran competencia laboral que existe en la actualidad, es indispensable que cuenten con personal adecuado para cada uno de los departamentos que existan dentro de la administración de la institución, ejerza un buen funcionamiento en armonía internamente, pero en la actualidad hay muchas personas que ejercen puestos aunque no posean la preparación académica necesaria.

En esta investigación se indagó ¿Cuáles son las deficiencias existentes en el funcionamiento del departamento de relaciones públicas en la Municipalidad de Villa Canales?

1.5 ALCANCES Y LIMITES

1.5.1 Objeto de Estudio

Departamento de relaciones públicas.

1.5.2 Alcance Geográfico

Municipio de Villa Canales, Departamento de Guatemala

1.5.3 Alcance Temporal

Este estudio se llevó acabo de marzo a octubre del 2011.

1.5.4 Alcance Poblacional

Personal del departamento de relaciones públicas y usuarios de la Municipalidad.

1.5.5 Limitación Institucional

Municipalidad de Villa Canales.

Capítulo II

2. Marco teórico

2.1 Conceptos de Relaciones Públicas

En términos generales se pueden encontrar infinidad de conceptos acerca de relaciones públicas, pero los expertos en la materia las definen de la siguiente manera:

Las relaciones públicas “se describen como una disciplina socio-técnico-administrativa gracias a la cual se analiza y evalúa la opinión y actitud de los públicos de una organización y se lleva a cabo un programa de acción planificado, continuo y de comunicación basado en el interés de la comunidad; destinado a mantener una afinidad y solidaridad de los públicos con la organización para promover el desarrollo recíproco” Bonilla Gutiérrez (2001:p.43).

Barquero Cabrero (1996:p.25) indica que las relaciones públicas son la “actividad que va orientada a conseguir credibilidad y confianza de los públicos mediante gestiones personales, utilizando diversas técnicas de difusión y propagación, informando a tiempo y en el momento oportuno, sobre las personas u organizaciones para modificar sus actitudes y acciones”

Wilcox y otros (2001:p.4) aportan que las “relaciones públicas son una función directiva independiente, que permite, establecer y mantener líneas de comunicación, comprensión, captación y cooperación mutuas entre una organización y sus públicos; implica la resolución de problemas; ayuda a los directivos a estar informados y poder reaccionar ante la opinión pública; define y destaca la responsabilidad de los directivos que deben servir el interés público; ayuda a la dirección a mantenerse al día y a utilizar los cambios de forma efectiva, sirviendo como un sistema de alerta para ayudar a anticipar las tendencias; utiliza la comunicación y técnicas de la comunicación éticas como principales herramientas” .

Según Ríos Szalay “Las Relaciones Públicas son una función distintiva de la dirección que ayuda a establecer y mantener líneas mutuas de comunicación, comprensión, aceptación y cooperación entre una organización y sus públicos; implica la dirección de problemas o asuntos; ayuda a la dirección a mantenerse informada al tanto de los cambios efectivos, sirviendo como un sistema inicial de aviso para ayudar a anticipar tendencias y utiliza la investigación y técnicas éticas y sanas de comunicación como instrumentos principales.”(2006, P.15)

Black uno de los pioneros más reconocidos en esta materia indica “las relaciones públicas son un intento a través de la información, la persuasión y el cambio, de lograr el apoyo público para una actividad, causa, movimiento o institución.”(1994, P.12)

García define que “el ejercicio de las relaciones públicas significa programar, dirigir, llevar de forma sistemática y profesional actividades de la empresa que sirvan para comunicar eficazmente a la opinión pública lo que la empresa hace, como lo hace y para que lo hace; nos ayudan también a determinar el grado de satisfacción de público al que se sirve y poder adecuarnos consecuentemente a sus exigencias y satisfacer sus legítimas expectativas.”(1999, P. 25)

En otras palabras las relaciones públicas son el conjunto de herramientas que utilizando todos los recursos que brinda la comunicación, sirven para proyectar y mantener la imagen de una organización a nivel interno y externo para que esta tenga un buen grado de aceptación y credibilidad ante el público al que se dirige.

Algunos profesionales de la Universidad de San Carlos de Guatemala que imparten el curso de las Relaciones Públicas brindaron los siguientes conceptos:

María del Rosario Estrada Máster en Ciencias de la Comunicación define las Relaciones Públicas como “toda aquella comunicación que uno mantiene con grupos o masas de personas que están dentro del campo de una institución para tratar de influir en ellos para que estén a favor del modo de actuar de la misma”.

Por su parte Hugo Nery Bach Licenciado en Ciencias de la Comunicación expresa que “Las relaciones públicas es una disciplina administrativa que se centra en las relaciones y la comunicación que los individuos y las organizaciones tienen con otros grupos llamados públicos, con el fin de crear una actitud positiva mutua; en otras palabras lo que se requiere aquí es limpiar la imagen, mejorar la imagen, promover la imagen de determinada institución o determinado personaje, eso son las relaciones públicas, toda empresa institución u organismo gubernamental tiene relaciones públicas”.

Máster Silvia Búcaro dice que las relaciones públicas “es dar a conocer una imagen excelente ante la población externa acerca de la persona que dirige la institución, en este caso el Alcalde y todos los que conforman su administración y tener una buena relación externa con la población”.

Miriam Yucute Licenciada en Comunicación aporta que las “relaciones públicas, son esa parte de la comunicación que tienen como objetivo fundamental manejar una imagen positiva de una empresa, ya sea privada o puede tratarse también de instituciones públicas o el manejo de la imagen de una persona, que de alguna manera quiera tener algún papel destacado dentro de la sociedad”

Para conocer la opinión de una periodista de un medio audiovisual, se entrevistó a Mónica Ovando de Guatevisión quién exteriorizó:

“Las relaciones públicas son un canal entre los medios de comunicación y la institución a la que representan, es la vocería de la institución, es la forma de darla a conocer y abrirla al resto del público”.

Según los conceptos recabados anteriormente en las entrevistas a los profesionales de la comunicación se entiende que una institución no puede dejar de prescindir de las relaciones públicas, porque son estas de vital importancia en los buenos momentos y situaciones de crisis por las que atraviese la organización.

2.2 Objetivos de las Relaciones Públicas

Las relaciones públicas solo se conciben dentro de organizaciones con una conducta social aceptable, enmarcados en los proyectos de desarrollo comunitario por lo que se pueden alcanzar los siguientes objetivos Bonilla Gutiérrez (2001 PP.85 y 86):

- Detectar las necesidades de comunicación en todas las áreas de la organización, así como de esta con sus públicos mixtos y externos.
- Sondear las opiniones y actitudes que los diferentes públicos tienen o externan sobre la organización.
- Asesorar al equipo de dirección de la empresa o institución en materia de comunicación, relaciones públicas y conducta organizacional.
- Mantener informado al equipo de dirección acerca de los cambios y tendencias más significativos en el entorno socioeconómico y político de la organización.
- Normar todas las actividades formales de comunicación desarrolladas por la organización.
- Elaborar e implantar programas de comunicación y relaciones públicas destinados a integrar a la organización con todos sus públicos.
- Crear, promover y acrecentar las relaciones de la organización con sus públicos, con el propósito de lograr la consecución de sus objetivos.
- Difundir interna y externamente los objetivos y planes de la organización con objeto de que sus públicos se identifiquen con ellos.
- Asesorar y proporcionar servicios en materia de comunicación y relaciones públicas a todas las áreas de la organización.
- Evaluar las actividades de comunicación y relaciones públicas llevadas a cabo dentro de la organización, en función de los objetivos establecidos con base en los resultados de los sondeos de opinión entre los diferentes públicos.

- Elaborar políticas de comunicación y relaciones públicas para la organización en su conjunto.

2.3 Tareas de las Relaciones Públicas

Aunque varía en función del tipo, giro y tamaño de cada empresa o institución, en un área integral de relaciones públicas suelen realizarse las siguientes tareas: Bonilla Gutiérrez (2001:PP.124-125):

Diagnóstico

- Estudios del clima organizacional.
- Sondeos de opinión para evaluar la percepción de la empresa o institución por parte de sus públicos.
- Auditorias de comunicación interna.

Monitoreo del Entorno

- Interpretación de la opinión pública y las tendencias del pensamiento político, económico y social, para los altos niveles de dirección.
- Monitoreo de la información que publican los medios de comunicación colectiva, para detectar la que es de interés para la organización.

Vinculación

- Preparación, implantación y evaluación de programas de comunicación intrainstitucional e interinstitucional y relaciones públicas.
- Preparación, producción, seguimiento y evaluación de campañas de relaciones públicas.
- Establecimiento y mantenimiento de una relación permanente con organizaciones afines y similares.

Normativa

- Normatividad de la identidad institucional, para la producción de las publicaciones institucionales, tanto internas como externas (manuales, folletos instructivos o corporativos; revistas internas, mixtas o externas; informes anuales) y para la producción de los apoyos gráficos que requiere la organización (papelería, señalización), video programas, audio programas.
- Normatividad para la organización de eventos institucionales, tanto internos como externos, ya que en ellos se involucra la imagen de la organización.
- Normatividad para la publicidad comercial, en tanto que compromete la imagen de la organización.
- Normatividad para el otorgamiento de donativos institucionales.
- Normatividad para la participación de la organización en eventos interinstitucionales, como ferias, exposiciones, etc.

Difusión de información institucional

- Elaboración y distribución de boletines, comunicados, gacetillas, convocatorias o desplegados para su publicación en los medios de comunicación colectiva.
- Organización de conferencias de prensa y de todo tipo de reuniones informativas.
- Atención a las solicitudes de información de los periodistas.
- Asesoría permanente a todas las áreas de la organización para el manejo de la relación con representantes de los medios de comunicación colectiva.
- Elaboración de mensajes clave sobre la organización, mismos que deben ser incluidos en las diferentes piezas de comunicación colectiva para publicar mensajes publicitarios o institucionales.
- Obtención e información acerca de las actividades y programas de las diferentes áreas de la organización para su difusión interna y externa.

2.4 Modelos de las Relaciones Públicas

El campo de las relaciones públicas es tan amplio a nivel mundial que Friesleben Goff (1995:PP. 12-18) describe cuatro tipos de relaciones públicas que se han practicado históricamente y en la actualidad:

1. **Modelo del agente de prensa-publrrelacionista:** cuando las actividades de las relaciones públicas se presentaron por primera vez, el propósito era utilizar una forma de comunicación persuasiva. Bajo este modelo la preocupación principal del practicante está obligado a difundir la fe en la organización en la que está al frente. Este modelo es de una vía en este el practicante quiere hablar y hablar y no existe el interés por escuchar a aquellos a quienes este esfuerzo de comunicación va dirigido.

Este diagrama ilustra el tipo de comunicación subyacente en el modelo del agente de prensa-publrrelacionista en relaciones públicas:



Fuente: El proceso de las relaciones públicas. Friesleben Goff Christine. 1995.

Como se señaló antes, las prácticas de las relaciones públicas modernas incluyen un componente de investigación y evaluación de importancia y esto no ocurre en este modelo.

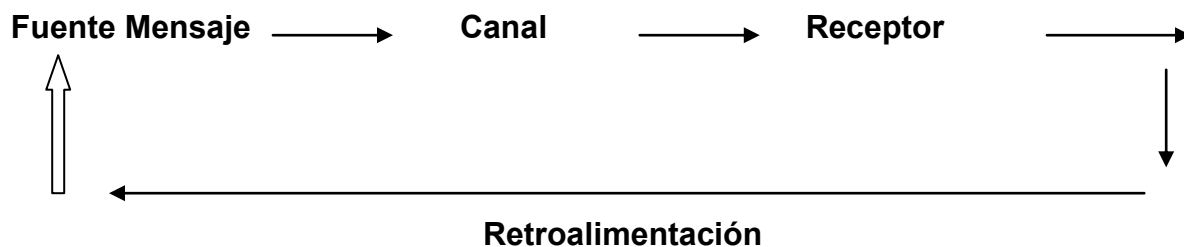
2. **Modelo de información pública:** un segundo método apareció a principios de siglo. La única diferencia real entre el modelo de información pública y el del agente de prensa-publrrelacionista radica en que el primero no se toma ninguna licencia con la verdad como podría hacerlo un agente de prensa. La tarea del practicante de relaciones públicas que sigue los principios del modelo de información pública es presentar información objetiva acerca de una organización al público al que va dirigida.

A parte de ello rige el mismo modelo de comunicación que se presentó en el caso del agente de prensa-publrrelacionista.

3. Modelo asimétrico de dos vías: con la aplicación de los últimos descubrimientos de la ciencia social moderna, los practicantes del modelo asimétrico de dos vías de las relaciones públicas son los verdaderos persuasores.

Este modelo apareció en el decenio de 1920, en realidad no es muy diferente al del agente de prensa-publrrelacionista, excepto en que el practicante del sistema asimétrico de dos vías hace mayor uso de la ciencia en los enfoques que utiliza.

El modelo asimétrico de dos vías se describe así:



Fuente: El proceso de las relaciones públicas. Friesleben Goff Christine. 1995.

Si bien el patrón de comunicación implícito en el modelo del agente de prensa-publrrelacionista y el de información pública es idéntico en el asimétrico de dos vías se incluye un ingrediente adicional; la retroalimentación.

La comunicación en el modelo asimétrico de dos vías es en esencia en un solo sentido, ya que los efectos de esa comunicación y el programa de relaciones públicas siguen desequilibrados a favor de la organización.

En este modelo se encuentran dos tipos de investigación los cuales son formativos y evaluadores esto forma parte importante del modelo.

Los practicantes de este modelo consideran que establecen una comunicación en dos sentidos, en realidad esto no es más que ilusión. La organización que práctica este modelo, por regla general, cambia muy poco.

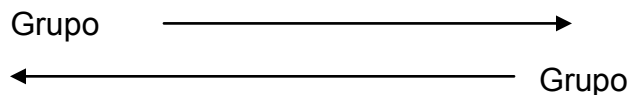
En otras palabras trata todavía de que las personas accedan a sus deseos en lo que a actitudes o comportamientos se refiere.

4. Modelo Simétrico de dos vías: la utilización de este modelo específico en la práctica de las relaciones públicas proporciona a su ejecutante un nuevo papel. El practicante de las relaciones públicas ya no es el persuasor y el comunicador en un solo sentido. Más bien el practicante se convierte entre el mediador de una organización y sus audiencias. La meta aquí es simplemente conseguir la comprensión mutua. Muchas empresas progresistas empiezan a adoptar este modelo de relaciones públicas que hizo su aparición a finales de los años sesenta y principios de los setenta.

Los patrocinadores del modelo simétrico de dos vías también dependen en gran medida de la teoría para la planificación y evaluación de los programas de relaciones públicas. La teoría basada en las ciencias sociales suscrita por los practicantes del modelo simétrico de dos vías, depende en mayor grado de la teoría de la comunicación moderna, que de la teoría de la persuasión.

Bajo este modelo, es tan probable que la organización experimente cambios profundos resultantes de una campaña de relaciones públicas, como que las audiencias a las que va dirigida también lo hagan. El diálogo más que el monólogo está a la orden del día.

En la mayoría de los casos ni la organización ni la audiencia cambiarán actitudes o comportamientos. A diferencia de los demás modelos este tiene apariencia de F.



Fuente: El proceso de las relaciones públicas. Friesleben Goff Christine. 1995.

A diferencia de los otros modelos de comunicación, este sugiere con énfasis que se produce una interacción entre dos grupos – una organización y una o más audiencias.

La función de la investigación en el modelo simétrico de dos vías difiere mucho de la que tiene en los otros tres. Durante la investigación formativa, el practicante pretende aprender cómo perciben a la organización sus audiencias de interés y determinar qué efectos o consecuencias tiene la organización en esas audiencias.

2.5 Relaciones Públicas en una Municipalidad

Según lo indica Friesleben Goff (1995:P.5): “Es todo lo que una municipalidad o ente del Estado responsable del gobierno del municipio realiza para presentar lo que se espera que sea una imagen pública fiel y aceptable”.

Por lo que las relaciones públicas dentro de una Municipalidad son todas las actividades que se realizan, para presentar la imagen fiel y aceptable del Alcalde y su corporación ante la población.

2.6 Los Públicos

Dominick (1990) “considera a los públicos como grupos que al tener intereses comunes, resultan afectados por los actos y la política de una organización determinada o cuyos actos y opiniones afectan a tal organización”.

Graeme Cranch citado por Bonilla Gutiérrez (2001) les llama “masa de personas situadas dentro de la órbita de cualquier organismo o empresa que actúa de modo positivo hasta afectar la acción del mismo... puede constar desde un simple grupo de personas hasta la totalidad de la población de un país.”

En conclusión el público son todas aquellas personas, que se ven involucradas dentro del campo de acción de la organización ya que son ellas en gran parte quienes dan sus opiniones que servirán para mejorar el servicio y la atención que se les brinda dentro de las instalaciones de cada institución.

2.7 Clasificación de los públicos

Para poder evaluar las opiniones y actitudes de los públicos con relación a la organización es necesario tener una clasificación de los mismos.

Bonilla Gutiérrez (2001) clasifica al público en tres grupos los cuales son:

1. Público Interno: son los miembros de la organización, está integrado por obreros, empleados, mandos intermedios, directivos, accionistas.
2. Público Mixto: aquellos sectores cuyos intereses están ligados estrechamente a la organización y se ven afectados por todo lo que puede ocurrir en ella, está integrado por distribuidores, concesionarios, proveedores.
3. Público Externo: está constituido por aquellos grupos cuya vinculación a la organización es indirecta y por lo tanto no se ven afectados de manera inmediata por lo que ocurra en ella.

Este último está integrado por vecinos de la zona de ubicación de la organización, competidores, organizaciones similares, organismos financieros, organismos representativos, organismos gubernamentales, medios informativos, instituciones científicas y educativas y la comunidad en general.

2.8 El profesional de las relaciones públicas

Respecto al perfil del relacionista público según Bonilla Gutiérrez (2001) experto en la materia aporta que el profesional de las relaciones públicas debe tener las siguientes cualidades:

1. Sano raciocinio, objetividad, ayuda, habilidad crítica (es un asesor permanente de la dirección general).
2. Sentido común (con él se resuelven la mayoría de situaciones que suelen presentarse en esta actividad).
3. Imaginación y capacidad para apreciar el punto de vista de otros (la negociación es una tarea permanente del relacionista público).
4. Imperturbabilidad (será necesario dar la cara por la empresa ante la opinión pública por la misma).
5. Pensamiento estratégico (las relaciones públicas deben de ser una función estratégica, antes que operativa).
6. Debe mantener la calma ante cualquier situación.
7. Perseverancia (las relaciones públicas son una función permanente que da resultados a mediano y largo plazo).
8. Versatilidad (deberá de resolver problemas y abordar asuntos de diversa naturaleza).
9. Mente despierta curiosa y carácter inquisitivo (debe preguntarse antes lo que otros le preguntaran después sobre la empresa en la cual labora).

10. Capacidad de trabajo y flexibilidad de horarios (es una actividad muy demandante).
11. Capacidad de organización (deberá de hacerse cargo de varios proyectos a la vez).
12. Fuerte personalidad y capacidad de liderazgo (será la voz de la organización ante terceros).

Las opiniones de los docentes que imparten el curso de relaciones públicas en la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala son las siguientes:

María del Rosario Estrada expresa “El perfil debe de ser un periodista o comunicador social que tenga el conocimiento de las distintas clases de comunicación, además de eso tiene que tener carisma porque este va a ser la imagen de la empresa o la institución para la cual está trabajando”.

Hugo Nery Bach exterioriza “En primer lugar el relacionista público debe de ser un comunicador, segundo tiene que ser una persona creativa que este actualizado y a la vanguardia de todos los medios de comunicación, tener muy buen carisma para que pueda darle un liderazgo generador de opinión, confiable, inteligente, que tenga dominio propio y elocuencia, la cual es la técnica que debe manejar para convencer en cada una de las actividades que deba realizar”.

Silvia Búcaro “Tiene que ser una persona que posea una Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, con mucha acuciosidad científica en otras palabras que tenga deseos de investigar”.

Miriam Yucute cree que “es necesario que la persona encargada de un departamento o de una oficina de relaciones públicas, tiene que ser profesional, que tenga una Licenciatura en Ciencias de la Comunicación”.

Debe ser alguien que mínimo sea periodista porque están acostumbrados a redactar sobre la marcha y tienen la experiencia de tratar con los medios, que conozca un poco de publicidad porque fundamentalmente esta va de la mano con las relaciones públicas y debe poseer un gran carisma y dominar las relaciones humanas.

En caso que al frente del departamento este una persona que no es profesional, obviamente va tener serias deficiencias desde la redacción hasta los criterios de selección de la información que debe publicarse de eso va a depender la dinámica que se maneje dentro del departamento tanto a nivel interno como a nivel externo”.

Mónica Ovando dice “que este es el gran problema en Guatemala no hay un perfil definido de quien puede ser un relacionista público, se confundió mucho que debe ser un publicista, un periodista, expresa que debe haber una persona encargada específicamente de las relaciones públicas que tenga las cualidades y carácter necesario para tratar con las personas, que sea un Licenciado en Ciencias de la Comunicación y conozca a fondo las actividades de la municipalidad.

En resumen la persona encargada del departamento de relaciones públicas de una institución, tiene que ser un Comunicador Social, que posea carisma para tratar con los diferentes públicos que interactúa la institución y la experiencia necesaria para desempeñar un trabajo eficaz.

2.9 ¿Qué es Diagnóstico?

Gonzaga citado por Castañeda Mejía (2003, p. 44) define como “la descripción y explicación sistemática de una situación-problema, con fines operativos.

Lo enfoca al campo pragmático y aduce una intervención inmediata en la realidad en lugar de ser una concentración de conocimientos teóricos”.

Según Prieto “Diagnóstico proviene del griego y significa distinguir, discernir, conocer, en otras palabras el diagnóstico es un ejercicio de diferenciación de los elementos de una determinada situación de la realidad”. (1985, p. 39)

2.10 Diagnóstico Comunicacional

Según Ayala Vásquez

www.alaic.net/alaic30/ponencias/cartas/com_org_yRP/.../GT2_3ayala.pdf (2007)

“La importancia de diagnóstico de comunicación en una empresa, radica en que al conocer cuál es el problema que está afectando realmente el funcionamiento de la misma entonces se puede proceder a diseñar un plan de comunicación integral adecuado que resuelva en forma atinada las situaciones problemáticas afectadas”.

Según Najarro y otros www.eumed.net obtenido (2011) “El diagnóstico de comunicación, es un procedimiento que se realiza para evaluar la eficiencia de los sistemas de comunicación interna de un grupo, empresa o institución que analiza los canales, emisores, contenidos e impacto de la comunicación y realiza acciones destinadas a generar modificaciones en la comunicación que ayuden a producir cambios positivos en el grupo, empresa o institución”.

2.11 ¿Qué es municipalidad?

Según el Diccionario de la Real Academia Española (www.rae.es) es una Corporación compuesta de un Alcalde y varios concejales para la administración de los intereses de un municipio.

Según la página web www.mu.muniguate.com/index “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 necesitan una ciudad o un pueblo.

Una función importante de la Municipalidad es la planificación, el control y la evaluación del desarrollo y crecimiento de su territorio. También se presta especial atención a los aspectos sociales y a buscar contribuir a mejorar la calidad de vida de los vecinos.

Los recursos necesarios para proveer los servicios y realizar obra, la Municipalidad los obtiene principalmente del pago de arbitrios, como boleto de ornato, Impuesto Único sobre Inmuebles (IUSI), y tasas que se cobran en algunas gestiones.

A partir de 1986 se hace obligatorio el aporte constitucional que el Estado debe otorgar a todas las municipalidades del país, de esta manera se hace efectiva la autonomía de los gobiernos locales. Este fue uno de los primeros logros obtenidos por la Asociación Nacional de Municipalidades (ANAM), la cual se constituyó formalmente el 19 de octubre de 1960.

Con el nuevo Código Municipal (Dto. No. 12-2002) los Alcaldes guatemaltecos han reafirmado el carácter autónomo de los municipios. La Municipalidad plantea la necesidad de la descentralización como estrategia para el fortalecimiento municipal, por considerar que sólo con gobiernos locales fuertes podría lograrse un país fuerte.

2.12 La actual Municipalidad de Villa Canales

En la actualidad el puesto de Alcalde Municipal lo tiene el Señor Miguel Ángel García, quien fue reelecto en las elecciones pasadas como Alcalde Municipal.

Inicia su segundo periodo con el lema: “Trabajo con Honestidad y Obras que se ven, trayendo progreso a nuestro Villa Canales.”

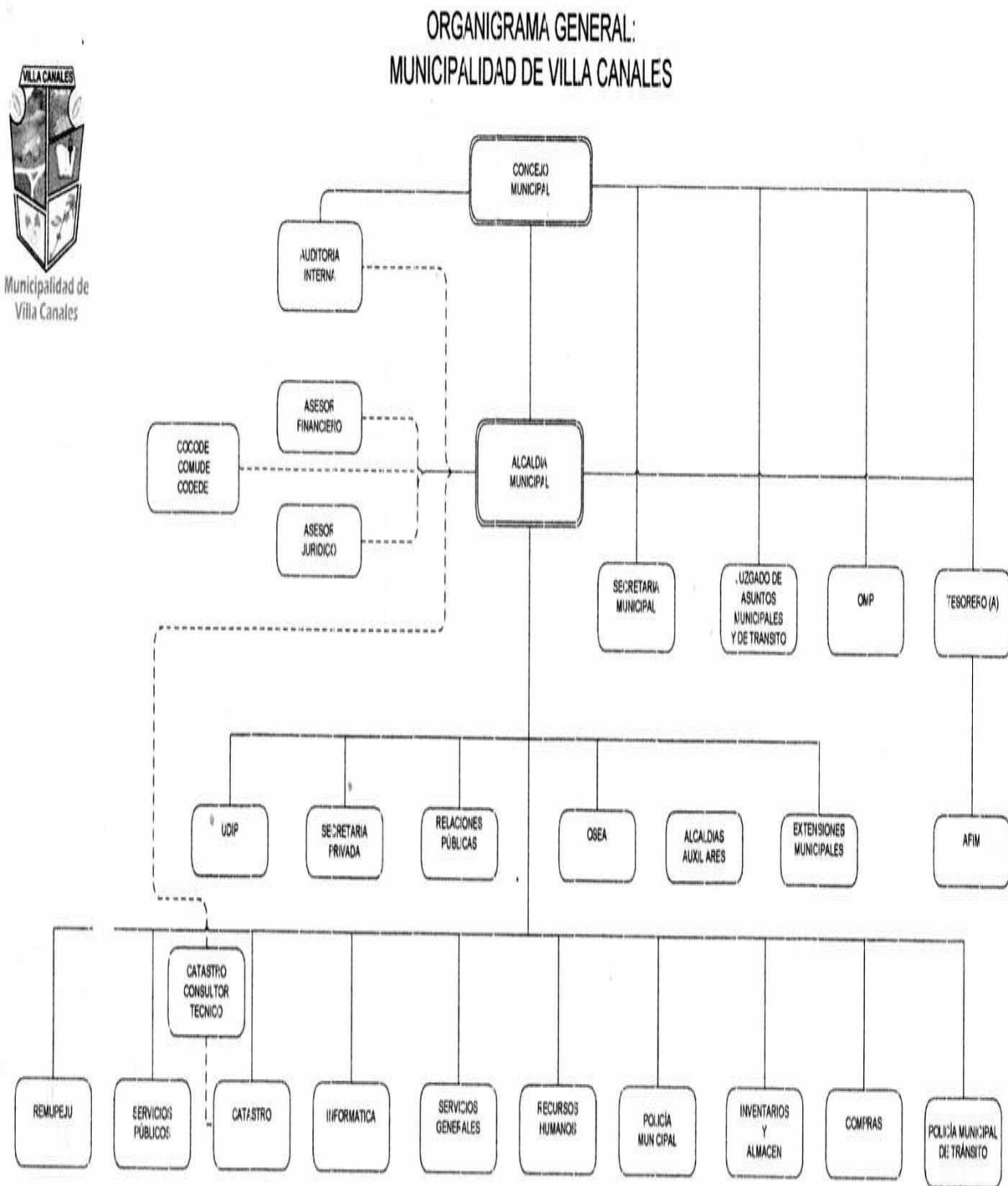
En la Municipalidad brindan los siguientes servicios: Compra de servicios de agua potable, alcantarillados, alumbrado público, extracción de basura, licencias municipales de funcionamientos de negocios, transporte público y arrendamiento de bienes.

Cuentan con los siguientes proyectos sociales:

- Jornadas médicas y odontológicas.
- Traslados de enfermos a hospitales nacionales.
- Entrega de medicinas y alimentos.
- Aporte de materiales de construcción a escuelas e iglesias.

También cuentan con una página web www.munivillacanales.gob.gt en donde se puede consultar multas de tránsito, información acerca de la administración municipal contenida bajo la ley de acceso a la información.

2.12.1 Organigrama general de la institución



Fuente: departamento de Recursos Humanos, Municipalidad de Villa Canales.

2.13 Historia del Municipio de Villa Canales

De acuerdo a la página www.munivillacanales.gob.gt según acuerdo gubernativo del 4 de mayo de 1,912 se mandó trasladar Santa Inés Petapa a Pueblo Viejo.

El 3 de junio del mismo año se emitió otro acuerdo gubernativo mencionando a Pueblo Viejo como municipio, según acta del día siguiente la jefatura política de Amatitlán aprobó las elecciones para autoridades del nuevo municipio y el 30 de junio de 1,912 el Jefe político y Comandante de Armas del departamento de Amatitlán, General de Brigada José Barrios, declaró solemnemente establecido el nuevo municipio de Pueblo Viejo.

El 23 de septiembre de 1,915 cambió su nombre por el de San Joaquín Villa Canales, y el 7 de mayo de 1,921 se le llamó únicamente “Villa Canales” por virtud del acuerdo del 3 de mayo de 1,920 que se explica líneas abajo. Al suprimirse el departamento de Amatitlán, Villa Canales pasó a incorporarse al de Guatemala por Decreto Legislativo No. 2081 del 29 de abril de 1,935.

Según los libros de nacimientos y defunciones que existen en el Registro Civil, el Municipio existe jurídicamente como tal, desde el 1 de julio de 1,912 cuando se inscribió la primera partida de nacimiento a nombre de la señora Emilia Barillas Chigüichón, hija de Jerónimo Barillas Ruiz y de Estefanía Chigüichón, nacida en Barillas, el mismo día de su inscripción. Así mismo consta que la primera partida de defunción se inscribió el 2 de julio de 1,912 y el extinto es el señor Justo Chiroy Ramírez, hijo de Cornelio Chiroy y Antonia Ramírez. Dice que falleció en aldea Santa Rosita a consecuencia de fiebre.

Históricamente, se supone que se le llamó Pueblo Viejo en el momento que dejó de pertenecer al Municipio de San Miguel Petapa, cuando ambos eran jurisdicción del departamento de Amatlán y al pasar a ser un nuevo Municipio y comenzar a tener vida jurídica propia como tal se le identificaba como el pueblo antiguo, asiento del lugar que lo administraba políticamente. Posteriormente, se le denominó San Joaquín Villa Canales, dicen que en honor a la madre del ex presidente Manuel Estrada Cabrera, quien se llamaba Joaquina Cabrera, pero por la razón explicada en líneas anteriormente por disposición gubernamental se ordena suprimir de los nombres de ciudades, pueblos, calles, plazas, etc. el nombre del ex presidente Estrada Cabrera y de todos sus parientes.

2.14 Descripción del Escudo del Municipio de Villa Canales



Se estableció mediante acuerdo municipal contenido en punto 4º. Acta No. 10 de fecha 16 de febrero de 1,981, folio 23 libro No. 34 de Actas de Sesiones del Concejo Municipal durante la administración del ciudadano Carlos Humberto Aguirre Pérez, y se describe de la manera siguiente:

2.14.1 Parte superior

- En la parte superior se lee el nombre del municipio.

2.14.2 Parte inferior

- En la parte inferior el de nuestro país: Guatemala.

2.14.3 Engranajes de la parte superior del lado izquierdo y derecho

Los dos engranajes simbolizan la industria. En el centro de ambos se observa una hoja de tabaco.

Esto obedece a que la primera industria importante que se estableció en el municipio fue la Tabacalera Centroamericana S.A. TACASA.

2.14.4 Planta de Caña de Azúcar

(Cerca del lado derecho)

La planta de caña de azúcar simbolizando también la industria azucarera que existe desde los albores del municipio con el ingenio Santa Teresa que funciona en la cabecera municipal.

2.14.5 Libro con Antorcha

El libro como fondo de una antorcha, ambos representando la luz del saber y el nunca desmentido nivel cultural de que goza el municipio.

2.14.6 Rama de planta de Café

La rama de planta de café con sus frutos color púrpura, en justo mérito a la indiscutible vocación caficultora del municipio pues muchísimas familias tienen en esa actividad su sostenimiento así como el de considerable cantidad de trabajadores que atienden ese ramo de la agricultura.

2.14.7 Paisaje (Cerca del lado izquierdo)

El paisaje es característico del que goza Villa Canales. En la vista se aprecia el lago de Amatitlán, que en considerable extensión está situado en la jurisdicción canaleña, al fondo el volcán de agua situado en el departamento de Sacatepéquez y en primer plano los cañaverales que adornan la parte sur del pueblo.

2.14.8 Dos Piñas

Estas se observan en la parte inferior izquierda dos exquisitas piñas (ananá) que son orgullo de la producción agrícola del municipio pues se cultivan en toda la parte sur de la circunscripción.

En las siguientes aldeas:

- Santa Elena Barillas.
- Los Dolores.
- Los Pocitos.
- El Jocotillo.
- Los Llanos.
- El Obrajuelo.

2.15 Himno a Villa Canales

Actualmente el municipio de Villa Canales cuenta con un himno el cual fue decretado según el acuerdo municipal No. 340-18-59-08 que literalmente dice:

Según la página web www.munivillacanales.gob.gt (2010) “Quinto: (Acuerdo municipal No. 340-18-59-08) el Honorable Consejo Municipal Considerando que ha iniciativa del Alcalde municipal, se ha compuesto un himno municipal de Villa Canales con el propósito de crear una identidad a todos los canaleños, cuya letra está basada en el poema de la señora Matilde Cerrate de López, modificada por el compositor Edras Ramos quién también es autor de la música acuerdan por unanimidad aprobar y oficializar el himno municipal de Villa Canales”.

Esto lo hicieron con el propósito de que la población mantenga la identidad cultural y antes de cada acto protocolario que se realice en el Municipio este debe ser entonado después del glorioso Himno Nacional de Guatemala, dicho himno dice así:

Voy llegando a los cañales
de mi bella Villa Canales
tierra linda y adorada
cuna que me vio nacer.

San Joaquín Villa Canales
fue tu nombre inicial pero hoy con mucho cariño
te nombramos Villa Canales.

De tu tierra brota Piña
y también la rica Caña.

Es tu industria el tabaco
y también el Café.

(CORO)

Canaleño he nacido,
con orgullo y con amor
en mi pueblo tan querido
se trabaja con fervor.

En tu historia hay mucha gloria como el Gran Batallón Canales.
En tu escudo alumbra la antorcha
y el libro del saber.

Tus paisajes son hermosos,
todos ellos sin igual.

Eres grande Villa Canales
tierra linda del Quetzal.

Villa Canales tiene una historia
que se escribió con valor.

Chapina tierra llena de gloria
de sus hijos el honor.

(CORO)

Canaleño he nacido,
con orgullo y con amor
en mi pueblo tan querido
se trabaja con fervor.

Melodías Canaleñas
nuestro orgullo de marimba
son tus hijos hombres dignos
de coraje y valor.

Tus mujeres son hermosas
como flores de un jardín.

(CORO)

Canaleño he nacido,
con orgullo y con amor
en mi pueblo tan querido
se trabaja con fervor.

Autores: Matilde Cerrate de López y Edras Ramos (2008).

Capítulo III

3 Marco metodológico

3.1 Método

Para realizar esta investigación se utilizó el método deductivo que parte de datos generales aceptados como validos para llegar a una conclusión de tipo particular.

3.2 Tipo de investigación

Se utilizó la investigación de campo, diagnostica- descriptiva- cualitativa.

Según Piloña Ortiz (2002) “la investigación de campo se aplica directamente a las fuentes primarias ya que es necesario acudir al lugar donde ocurre el fenómeno para observarlo; para establecer las variables de causa y efecto, para recolectar toda la información pertinente de primera mano, para que esté libre de cualquier contaminación o ruido en la transmisión de la información”.

De acuerdo a lo observado se planteó una propuesta con fundamento en los resultados obtenidos de las encuestas, entrevistas realizadas y el análisis FODA.

3.3 OBJETIVOS

3.3.1 Objetivo General

Elaborar el Diagnóstico del Funcionamiento del Departamento de Relaciones Públicas de la Municipalidad de Villa Canales.

3.3.2 Objetivos Específicos

1. Indagar si el departamento de relaciones públicas cumple con la función de difundir y publicar la información a la población acerca de los servicios, actividades y proyectos que realiza la municipalidad.

2. Realizar con base a los resultados obtenidos una propuesta de reestructuración interna del departamento de relaciones públicas en la municipalidad de Villa Canales.

3.4 Técnica

En esta investigación se aplicó la técnica de la entrevista y encuestas para la recopilación de datos, no resuelve una hipótesis porque es investigación de campo.

3.5 Instrumentos

Fichas bibliográficas, de resumen y un cuestionario estructurado para realizar una entrevista, así como una guía de observación.

3.6 Población o Universo

La población de esta investigación está conformada por 2 personas del departamento de relaciones públicas y el Alcalde.

Usuarios que acuden a las instalaciones de la municipalidad de Villa Canales los cuales estuvieron a la vista en la observación realizada en las instalaciones de la institución.

3.7 Muestra

La muestra es no probabilística, está integrada por dos públicos que se dividen de la siguiente manera:

- a) Público interno: integrado por 2 personas del departamento de relaciones públicas y el Alcalde.
- b) Público externo: conformado por 600 personas entre ellos hombres y mujeres que son vecinos del municipio, usuarios de la municipalidad. Rodríguez Lemus (2011:P.51) citando a Cerezo Ruíz indica: “con un 10% de la muestra en este caso (60 personas) confirma que la muestra es válida si se toma el 10% de la misma”.

3.8 Procedimiento

Se visitó la biblioteca de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, la Biblioteca Central de la Universidad de San Carlos de Guatemala para recopilar información bibliográfica.

Algunos sitios de internet se consultaron para recopilar información que sirvió para sustentar el marco teórico y la propuesta de relaciones públicas.

Como técnica de recolección de datos se acudió a la municipalidad de Villa Canales para realizar el proceso de observación y realizar las encuestas a los usuarios las cuales se hicieron en forma personalizada.

Se realizaron entrevistas a cinco comunicadores sociales para saber la opinión de cómo debe estar conformado un departamento de relaciones públicas de una municipalidad.

Al señor Alcalde se le entrevistó al respecto de la fundación del departamento de relaciones públicas, las personas que conforman el mismo se les entrevistó sobre el funcionamiento que tiene dentro de dicha institución.

También se realizaron encuestas a las personas que acuden a las instalaciones de la municipalidad, esta investigación esta reforzada con una guía de observación e incluye el formato de las entrevistas y encuestas que se llevaron a cabo.

Capítulo IV

4 Análisis de Resultados

4.1 A continuación se presentan los resultados obtenidos de las entrevistas realizadas al personal del departamento de relaciones públicas de la municipalidad de Villa Canales sobre el funcionamiento de dicho departamento:

Entrevista a Ariel Solórzano:

1. ¿En qué año fue fundado el departamento de relaciones públicas?

Cuando ingrese al departamento ya estaba fundado por lo que no tengo esa información.

2. ¿Cuál es el objetivo, la misión y la visión del departamento de relaciones públicas?

El departamento no cuenta con objetivo, misión y visión.

3. ¿Cuentan con un presupuesto dentro de este departamento a cuanto haciende el mismo y en que lo utilizan?

El departamento cuenta con un presupuesto pero el mismo es confidencial por estatutos internos.

4. ¿Cómo está estructurado el departamento de relaciones públicas y con qué mobiliario y equipo cuentan? La estructura del departamento es de la siguiente manera:

Personal del Departamento

Relaciones Públicas

Ariel Solórzano	Relacionista Público
Licenciado Estuardo Estupinian	Temporalmente en el Depto.
Víctor Solís	Fotógrafo

El departamento cuenta con una oficina propia, la cual esta compartida por otro departamento de cobros, una cámara digital, 2 computadoras, 1 teléfono e internet.

5. ¿Cuál es la función que tiene el departamento en la institución?

Es dar a conocer el trabajo que realiza la municipalidad, las obras y proyectos gestionados por el señor Alcalde y la Oficina de Obras Sociales de la Esposa del señor Alcalde y en si toda la institución.

6. ¿Cuál es su profesión y qué tiempo tiene de ejercer las relaciones públicas?

Nombre	Cargo	Profesión	Experiencia en RRPP	Tiempo de estar en el Departamento.
Ariel Solórzano.	Relacionista Público.	Bachiller en Ciencias y letras.	1 año y ocho meses.	1 año y ocho meses.

Fuente: Investigación de campo, entrevista realizada al personal del departamento de relaciones públicas de la Municipalidad de Villa Canales.

7. ¿Qué modelo de relaciones públicas utilizan dentro de esta institución?

Es dar el seguimiento a todas las denuncias que llegan al departamento.

8. ¿Cuál es el proceso que implican las relaciones públicas para poder llevarse a cabo dentro de la institución?

Es dar el seguimiento a todas las denuncias que llegan al departamento.

9. ¿Qué clase de comunicación utilizan dentro de la organización?

Se utilizan memorándums, carteleras y en la comunicación externa realizamos un concierto de marimba todos los domingos al frente de la Municipalidad.

10. ¿Cuentan actualmente con un plan de relaciones públicas?

Actualmente no se cuenta con un plan de relaciones públicas.

11. ¿De qué manera impulsan las relaciones públicas dentro de la institución?

Se impulsan a través de memorándums, carteleras y en la comunicación externa realizamos un concierto de marimba todos los domingos al frente de la Municipalidad.

12. ¿En qué medios de comunicación publican y con qué frecuencia lo hacen?

Publicamos a través de las distintas empresas cable operadoras del Municipio, a través del periódico El Metropolitano y una radio cristiana para informar a la parte sur del municipio y actualmente utilizan las redes sociales.

13. ¿Qué actividades publican en los medios de comunicación?

Publicamos todas las actividades institucionales de importancia para la población.

14. ¿Cómo seleccionan los medios en los que publican?

Seleccionamos los medios de comunicación dependiendo al público objetivo que queremos llegar.

15. ¿Qué papel juega el departamento de relaciones públicas con el personal de la institución?

Juega un papel importante y se le brindan cursos de capacitación al personal.

Entrevista realizada al Licenciado Estuardo Estupinian:

1. ¿En qué año fue fundado el departamento de relaciones públicas?

Esos datos no los tengo ya que llevo poco tiempo de formar parte del departamento de relaciones públicas.

2. ¿Cuál es el objetivo, la misión y la visión del departamento de relaciones públicas? Al momento no tiene objetivo, misión y visión pero deben estar en el acuerdo municipal donde se decretó la creación del departamento.
3. ¿Cuentan con un presupuesto dentro de este departamento a cuanto haciende el mismo y en que lo utilizan? el departamento si cuenta con un presupuesto pero es confidencial de acuerdo a los estatutos internos de la organización.
4. ¿Cómo está estructurado el departamento de relaciones públicas y con qué mobiliario y equipo cuentan?

Personal del Departamento

Relaciones Públicas

Lic. Estuardo Estupinian	Relacionista Público
Ariel Solórzano	Eventos
Víctor Solís	Fotógrafo

Contamos con 2 computadoras, 2 escritorios, una oficina, una cámara, 1 teléfono e internet.

5. ¿Cuál es la función que tiene el departamento en la institución?
Difundir, publicar y divulgar todas las acciones realizadas por esta entidad gubernamental.
6. ¿Cuál es su profesión y qué tiempo tiene de ejercer las relaciones públicas?

7. ¿Qué modelo de relaciones públicas utilizan dentro de esta institución?

Se contempla abarcando varios públicos el público interno y externo.

8. ¿Cuál es el proceso que implican las relaciones públicas para poder llevarse a cabo dentro de la institución?

Es aplicando los diferentes medios de comunicación disponibles para informar y divulgar las actividades realizadas por la administración a los diferentes públicos.

9. ¿Qué clase de comunicación utilizan dentro de la organización?

Se utilizan la comunicación de memorándum, comunicación de acciones noticiosas; en la municipalidad se le llama el *Infomuni* este es aplicado en dos versiones una versión electrónica (se envía por correo electrónico a todo el personal de la Municipalidad para que esté informada de toda las actividades y una versión impresa que es utilizar las carteleras dentro de las instalaciones centrales como dentro de los anexos de la misma.

10. ¿Cuentan actualmente con un plan de relaciones públicas?

Se está ejecutando un plan de relaciones públicas en donde se están utilizando todos los medios de comunicación para divulgar todas las actividades de la institución, uno de los pilares fundamentales es promover las oficinas de las obras sociales de la esposa del Alcalde llamado OSEA que ha sido de gran importancia en esta administración actual.

Por lo que estamos impulsando varias estrategias para informar a la población canaleña sobre las actividades que realizan estas oficinas; lo cual es de mucha importancia para la población porque aquí se promueven varios beneficios para la misma.

11. ¿De qué manera impulsan las relaciones públicas dentro de la institución?

Se impulsan de una manera muy fuerte utilizando los diferentes medios que nos ofrece la comunicación, comenzando por la investigación el FODA y la viabilidad para poder aplicarlo todo plan debe de ir aplicado de acuerdo a su contexto y con su realidad.

12. ¿En qué medios de comunicación publican y con qué frecuencia lo hacen?

En medios televisivos a través de las diferentes empresas cable operadoras que funcionan dentro del Municipio, se utiliza el servicio de la radio y actualmente se están utilizando el servicio de las redes sociales ya que es un medio de comunicación de doble vía y lo ha aceptado de una manera muy positiva la población.

13. ¿Qué actividades publican en los medios de comunicación?

Todas las actividades institucionales de importancia para la población.

14. ¿Cómo seleccionan los medios en los que publican?

Dependiendo al público que se quiere llegar y de la penetración que cada uno de estos tenga en el grupo objetivo.

15. ¿Qué papel juega el departamento de relaciones públicas con el personal de la institución?

El papel que juega el departamento con el personal es muy importante por lo que se les brinda cursos de redacción periodista, cursos de fotografía y cursos de manejo de las diferentes herramientas de las nuevas tecnologías que brinda la comunicación actualmente.

Sobre la pregunta número uno, realizada a las personas que conforman el departamento de relaciones públicas ninguno dio una respuesta concreta por lo que se acudió al señor Alcalde municipal y expreso lo siguiente:

Miguel García: el departamento estaba dentro del organigrama de la administración anterior pero no existía ninguna oficina, al tener mi primera administración en la municipalidad (2004-2008) empezó a funcionar la oficina del departamento de relaciones públicas.

4.2 Proceso de observación

No.	Aspectos a Evaluar	Bueno	Regular	Mal
1	Espacio físico del Departamento de relaciones públicas.			✓
2	Equipo con el que cuentan.		✓	
3	Manejo de Información.		✓	
4	Identificación del Departamento.			✓
5	Imagen que proyecta.			✓
6	Organización interna con el personal.			✓
7	Recepción de información.		✓	
8	Mobiliario apropiado.		✓	
9	Asesoramiento en actividades de protocolo a las autoridades.	✓		

Fuente: investigación de campo, proceso de observación del departamento de relaciones públicas de la municipalidad de Villa Canales, realizada por Suni Velásquez

1. El espacio físico que ocupa actualmente el departamento de relaciones públicas de la municipalidad es una oficina pequeña aproximadamente de (3.00m. * 2.50 m.) y funciona una ventanilla de un departamento de cobros.

2. 27Cuentan con el equipo básico en el departamento de relaciones públicas una computadora, una impresora, un teléfono, servicio de internet, una cámara digital, bandera de la institución y la del país.
3. En el manejo de información hay descontrol, el procedimiento que realizan para darle solución a los problemas es muy lento.
4. Al respecto de la identificación, la oficina carece de un indicador que oriente a las personas donde ubicar el departamento de relaciones públicas.
5. La imagen que se percibe del departamento de relaciones públicas es mala, debido a que el espacio es pequeño y se observa mucho desorden ya que la papelería la tienen guardada en cajas de cartón que están amontonadas en la oficina, entre otras cosas que se pudieron observar que causan esa mala impresión.
6. Se contempló una mala organización interna con el personal debido a que en la oficina de relaciones públicas solo están dos personas el fotógrafo y el Bachiller en Ciencias y letras y el comunicador social está en otra oficina que pertenece al departamento de obras sociales de la esposa del señor Alcalde (OSEA).
7. La recepción de la información la manejan a través de la secretaría privada que funciona en la oficina de la alcaldía.
8. Cuentan con dos escritorios y cinco sillas.
9. Se observó un buen asesoramiento de protocolo en la organización de actividades como: inauguración de obras, actividades sociales y culturales ya que asistí a varios eventos de esta índole realizadas por la municipalidad.

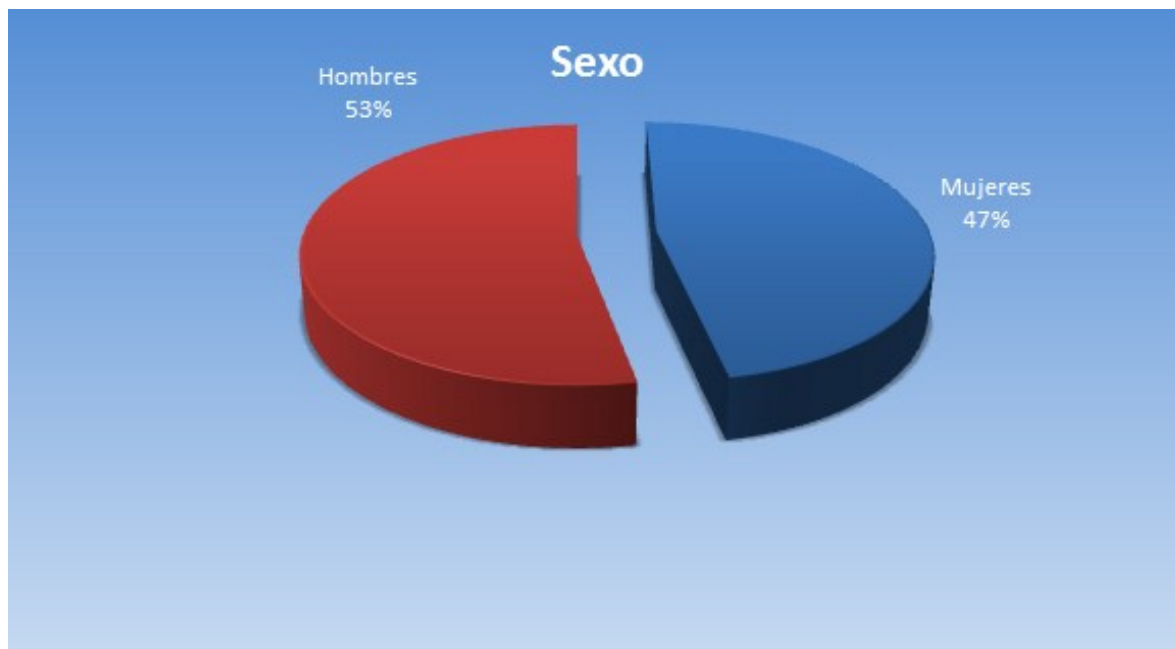
Se puede observar la mala organización que tiene el departamento de relaciones públicas , la falta de comunicación e información que existe entre las personas que lo conforman según las entrevistas realizadas al personal inciso 4.1, lo que refleja que tiene un funcionamiento deficiente.

4.3 Encuestas

Se realizaron encuestas a 60 personas que visitaron las instalaciones de la municipalidad de Villa Canales, como técnica de la recolección de datos; las cuales se llevaron a cabo de 8:00A.M. a 1:00P.M. a mediados del mes de octubre del año 2011.

Usuarios	Respuestas	Porcentaje%
Hombres	32	53%
Mujeres	28	47%
Total	60	100%

Gráfica No. 1



Fuente: Investigación de campo, encuestas realizadas a los usuarios de la Municipalidad de Villa Canales.

6 de cada 10 personas que acuden a la municipalidad de Villa Canales en su mayoría son hombres, lo que equivale a un 53% sexo masculino y 47% sexo femenino.

Cuadro No. 2

Edades	Usuarios	Porcentaje (%)
18 a 30 años	24	40%
31 a 40 años	17	28%
41 a 50 años	16	27%
51 años en adelante	3	5%
Total	60	100%

Gráfica No. 2



Fuente: Investigación de campo, encuestas realizadas a los usuarios de la Municipalidad de Villa Canales.

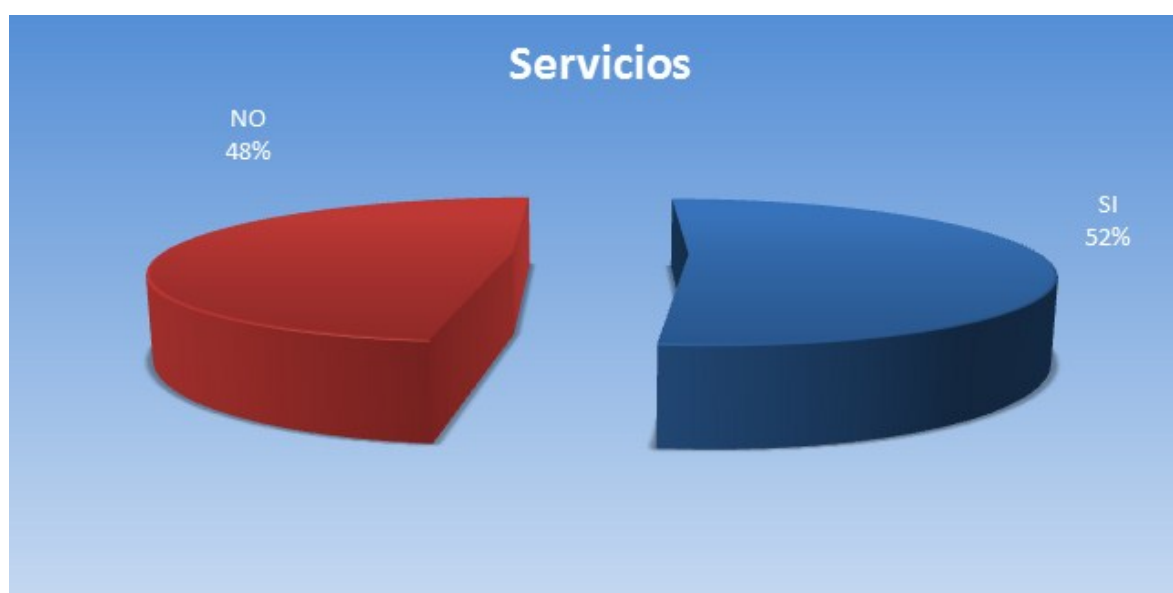
Las personas de 18 a 30 años representan un 40% de los encuestados, el grupo de 31 a 40 años representa el 28%, mientras que el público de 41 a 50 años conforman el 27% de los usuarios para concluir con el grupo de 50 años en adelante que representan el 5% del total de la muestra que fue objeto de estudio.

Cuadro No. 3

Respuesta	Usuarios	Porcentaje (%)
Si	31	52%
No	29	48%
Total	60	100%

Gráfica No. 3

¿Sabe cuáles son los servicios que brinda la Municipalidad?



Fuente: Investigación de campo, encuestas realizadas a los usuarios de la Municipalidad de Villa Canales.

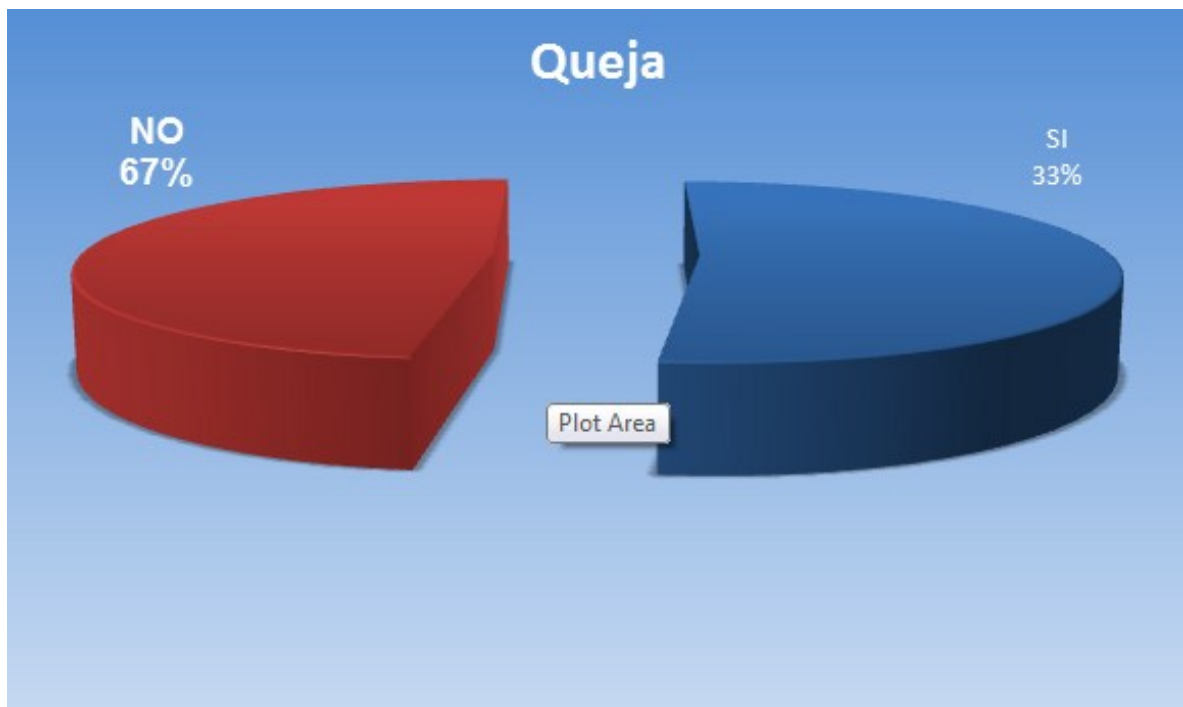
El 52% de los usuarios conocen los servicios que brinda la municipalidad, mientras que el 48% los desconoce, lo que contradice a los integrantes del departamento de relaciones públicas ya que en la entrevista realizada (Pág. 32 ,34Pregunta No. 5) mencionaron que dentro de las funciones del departamento estaba la de dar a conocer toda la información acerca de las obras, proyectos y servicios que lleva acabo la municipalidad.

Cuadro No. 4

Respuesta	Usuarios	Porcentaje (%)
Si	20	33%
No	40	67%
Total	60	100%

Gráfica No. 4

¿Cuándo necesita hacer una queja sobre los servicios que le presta la Municipalidad sabe dónde realizarla?



Fuente: Investigación de campo, encuestas realizadas a los usuarios de la municipalidad de Villa Canales.

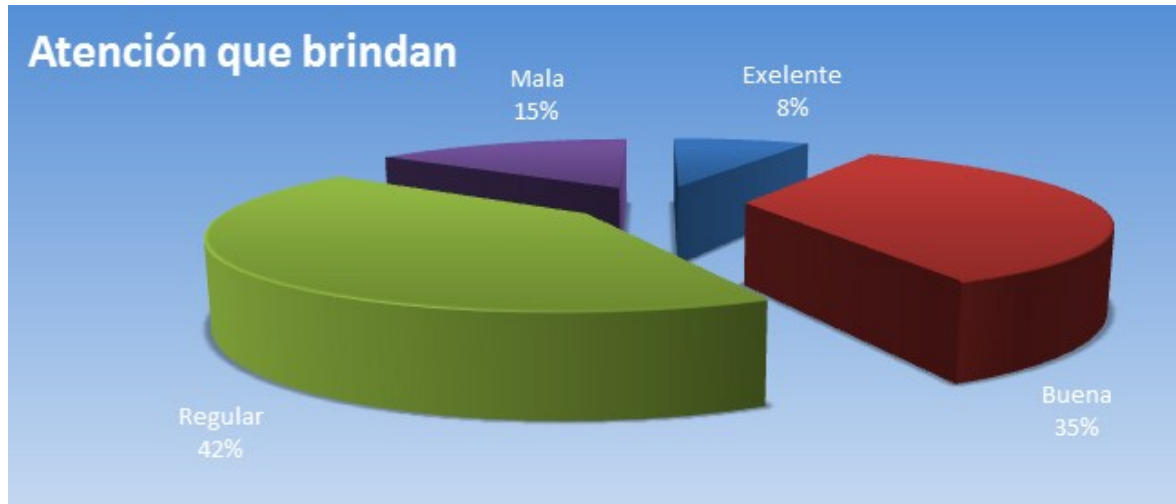
El público externo demuestra que el 52% conoce donde acudir a realizar las denuncias acerca de los servicios que le presta la municipalidad, en cuanto al 48% lo desconoce, lo que desmiente que el departamento este impulsando un plan de relaciones públicas con el objetivo de mantener informada a la población ya que la encuesta demuestra que los usuarios no saben a quién o donde acudir para que les den solución a sus problemas. (Pág. 35 pregunta No. 10).

Cuadro No. 5

Respuesta	Usuarios	Porcentaje %
Excelente	5	8%
Buena	21	35%
Regular	25	42%
Mala	9	15%
Total	60	100%

Gráfica No. 5

¿Cómo califica la atención



Al respecto de la atención que brindan a los usuarios de la Municipalidad se divide de la siguiente manera: consideran excelente la atención un 8% de los encuestados, el 35% califican bien la atención que se les brinda, el 42% público externo expresa que regular y el 15% determinan que se les atiende mal, las personas del departamento afirmaron que imparten cursos de redacción periodística, fotografía y utilización de herramientas tecnológicas (Pág. 36 pregunta No. 15), pero es necesario que se enfoquen en cursos de atención al cliente y relaciones humanas para que los trabajadores que están más expuestos con el público exterior brinden una mejor atención a los usuarios.

Cuadro No. 6

Respuesta	Usuarios	Porcentaje (%)
Si	19	32%
No	41	68%
Total	60	100%

Gráfica No. 6

¿Se le ha proporcionado algún tipo de información impresa dentro de la Municipalidad como por ejemplo: un Trifoliar?



Fuente: Investigación de campo, encuestas realizadas a los usuarios de la municipalidad de Villa Canales.

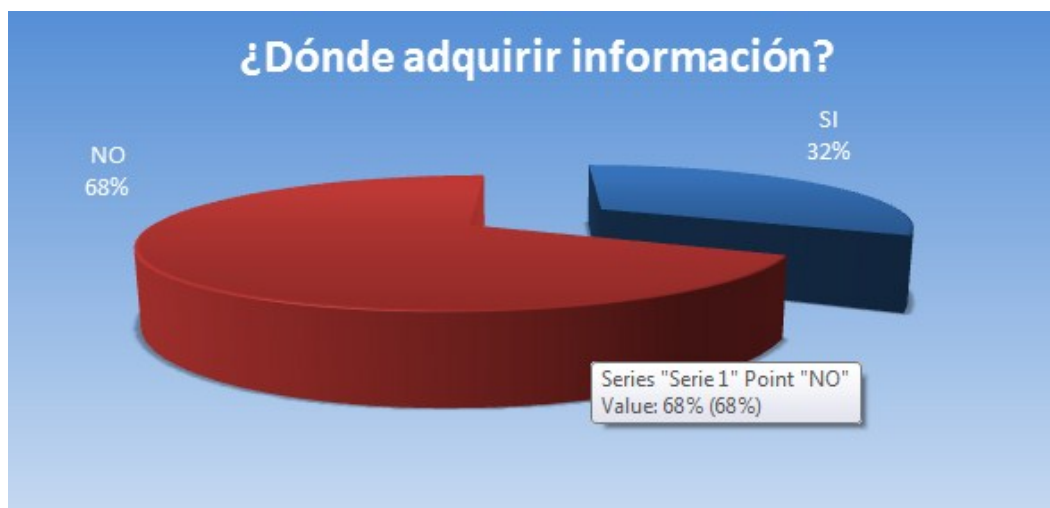
La encuesta manifiesta que el 32% si han recibido información como por ejemplo trifoliales y el 68% declaran que no han recibido ninguna clase de información impresa y en el departamento de relaciones públicas informaron que siguen un modelo de relaciones públicas que abarca el público interno y externo (Pág. 35 pregunta No. 7) lo cual no se ve reflejado en los resultados de la encuesta a los usuarios.

Cuadro No. 7

Respuesta	Usuarios	Porcentaje (%)
Si	19	32%
No	41	68%
Total	60	100%

Gráfica No. 7

¿Sabe a dónde o a quién recurrir cuando necesita información sobre los servicios o programas sociales que brinda la Municipalidad?



El público externo en un 68% desconocen a quién o a dónde acudir dentro de la municipalidad cuando necesitan información y un 32% si esta informado.

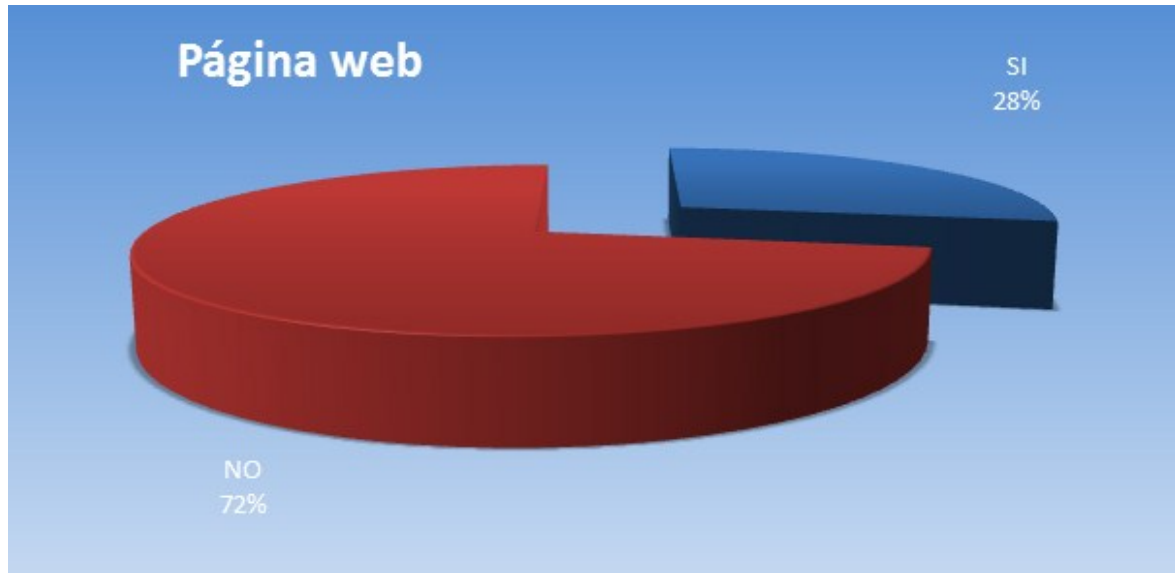
Los trabajadores del departamento de relaciones públicas dijeron que utilizan los diferentes medios de comunicación para divulgar todas las actividades que realiza la municipalidad a los diferentes públicos (Pág. 34 pregunta No. 8), lo que los usuarios desmienten ya que no saben a dónde recurrir para solicitar información acerca de los programas sociales o servicios que se brindan en esta institución.

Cuadro No. 8

Respuesta	Usuarios	Porcentaje (%)
Si	17	28%
No	43	72%
Total	60	100%

Gráfica No. 8

¿Conoce la página web de la Municipalidad de Villa Canales?



Fuente: Investigación de campo, encuestas realizadas a los usuarios de la Municipalidad de Villa Canales.

Se puede observar que el resultado en un 72% los encuestados manifiestan que no conocen la página web de la municipalidad y en un 28% conocen la página. El personal del departamento de relaciones públicas afirmó estar llevando a cabo una campaña muy fuerte de relaciones públicas a través de las redes sociales (Pág. 36 pregunta No. 12) y los usuarios desconocen la página web de la institución lo que desmiente que el departamento este realizando dicha campaña a través de las redes sociales.

Cuadro No. 9

Respuesta	Usuarios	Porcentaje (%)
Si	27	37%
No	38	63%
Total	60	100%

Gráfica No. 9

¿Ha visto o escuchado información de la Municipalidad?



Fuente: Investigación de campo, encuestas realizadas a los usuarios de la Municipalidad de Villa Canales.

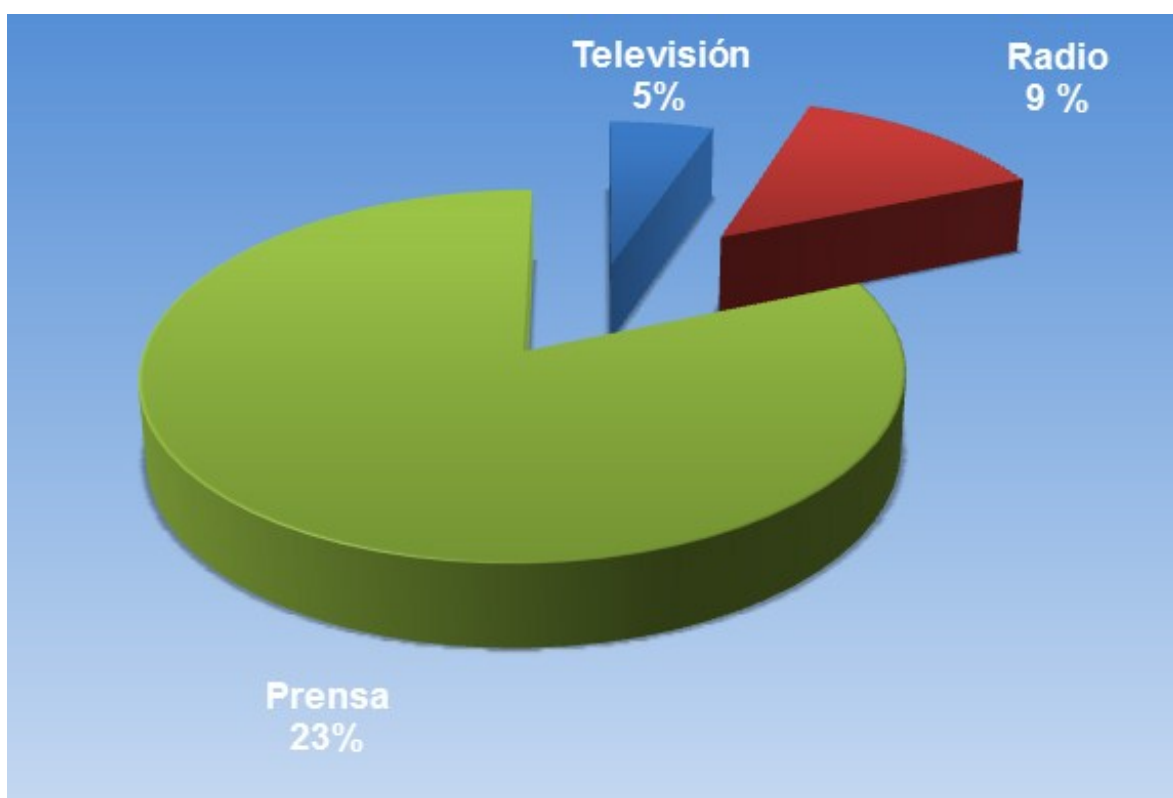
Las personas encuestadas revelan que el 63% de los encuestados no han visto información de la institución, el resto que es el 37% de público externo afirman a ver visto información en los medios; cuyos resultados se distribuyen de la siguiente manera:

Cuadro No. 10

Usuarios	Medios	Porcentaje %
8	Radio	9%
14	Prensa	23%
5	Televisión	5%
27	Total	37%

Gráfica No. 10

Medios a través de los cuales han visto información de la municipalidad



Fuente: Investigación de campo, encuestas realizadas a los usuarios de la Municipalidad de Villa Canales.

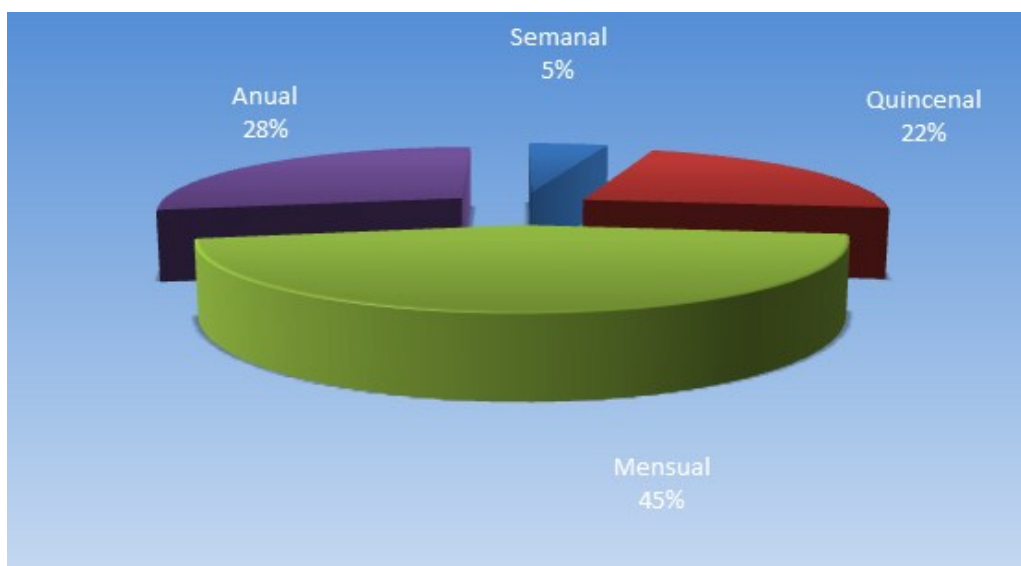
De acuerdo al resultado de las encuestas la población percibe más información acerca de la municipalidad a través de la prensa.

Gráfica No. 12

Respuesta	Usuarios	Porcentaje %
Semanal	3	5%
Quincenal	13	22%
Mensual	27	45%
Anual	17	28%
Total	60	100%

Gráfica No. 12

¿Cuántas veces acude a la Municipalidad?



Fuente: Investigación de campo, encuestas realizadas a los usuarios de la Municipalidad de Villa Canales.

La asistencia de los usuarios se divide de la siguiente manera: semanalmente acude un 5%, el 22% del público externo acuden quincenalmente, mensualmente es cuando hay más afluencia de usuarios ya que conforma un 45% y el resto que representa el 28% que acuden anualmente a las instalaciones de la institución.

Cuadro No. 13

Respuesta	Usuarios	Porcentaje (%)
Si	18	30%
No	42	70%
Total	60	100%

Gráfica No. 13

¿Cree que la Municipalidad cumple con su función de informar a la población con respecto a los servicios, programas sociales y proyectos que lleva a cabo?



Fuente: Investigación de campo, encuestas realizadas a los usuarios de la Municipalidad de Villa Canales.

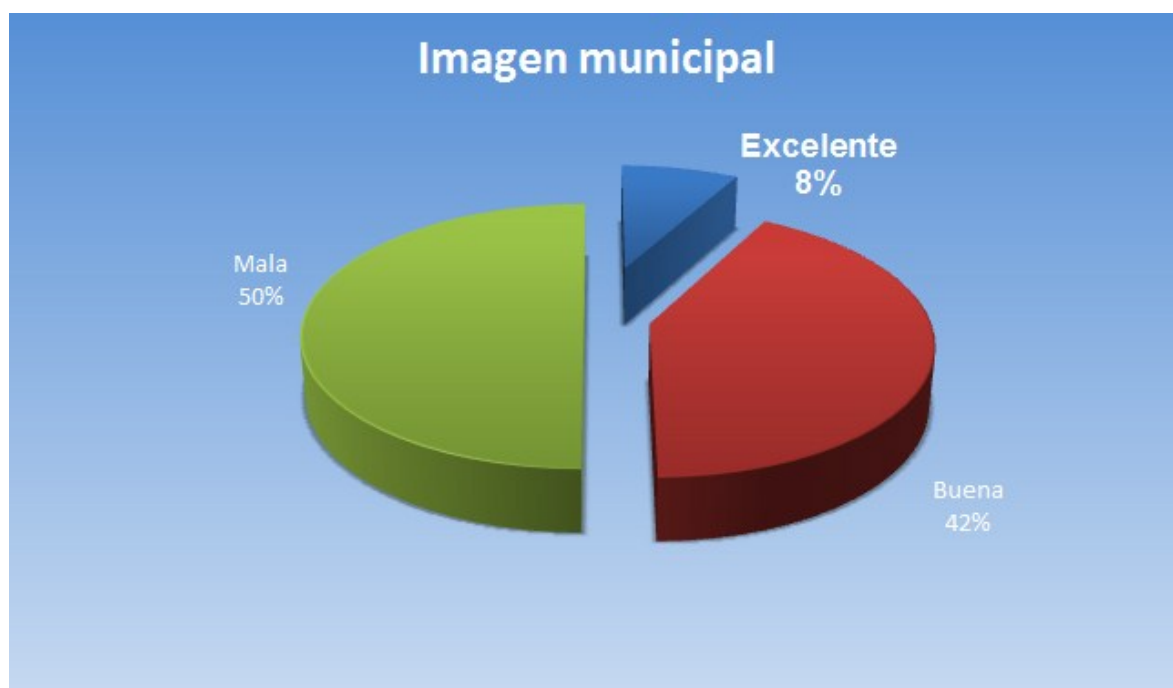
Se puede observar que el 30% de la población considera que la municipalidad Si cumple con la función de informar a la población y el 70% que no, al realizar las entrevistas los integrantes del departamento de relaciones públicas afirmaron que la función de este es difundir, publicar y divulgar todas las acciones realizadas por esta entidad gubernamental (Pág. 32 pregunta No.5); y los resultados obtenidos dan evidencia que este departamento tiene deficiencias internas de comunicación en la labor informar.

Cuadro No. 14

Respuesta	Usuarios	Porcentaje %
Excelente	5	8%
Buena	25	42%
Mala	30	50%
Total	60	100%

Gráfica No. 14

¿Cómo considera la imagen de la Municipalidad actualmente?



Fuente: Investigación de campo, encuestas realizadas a los usuarios de la municipalidad de Villa Canales.

El 8% de la población tiene una imagen excelente de la institución, el 42% del público percibe una buena imagen y el 50% de los encuestados tienen una mala imagen.

Este resultado obtenido se debe al mal funcionamiento interno que tiene el departamento de relaciones públicas dentro de la institución al llevar a cabo el proceso de las relaciones públicas.

4.4 El análisis FODA

Según Pereira Meza (2000:P. 100) viene del significado de sus siglas en inglés las cuales son:

“TOWS” que significan:

- Treats: (Amenazas).
- Opportunities: (Oportunidades).
- Weaknesses: (Debilidades).
- Strengths: (Fortalezas).

Esta herramienta administrativa tiene factores positivos y negativos los cuales se enfocan de la siguiente manera dentro de la institución, organización o empresa donde se realiza:

Diagrama básico del análisis FODA:

Ambiente Interno:

Factores Positivos (+)	Factores Negativos (-)
Fortalezas	Debilidades

Fuente: Investigación de campo, recolección de datos bibliográficos para el diagnóstico del funcionamiento del departamento de relaciones públicas de la Municipalidad de Villa Canales.

Ambiente Externo:

Factores Positivos (+)	Factores Negativos (-)
Oportunidades	Amenazas

Fuente: Investigación de campo, recolección de datos bibliográficos para el diagnóstico del funcionamiento del departamento de relaciones públicas de la Municipalidad de Villa Canales.

Para fines de esta investigación se realizó un análisis FODA del departamento de relaciones públicas de la Municipalidad de Villa Canales, el cual se describe a continuación.

Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Cuentan con un presupuesto. ✓ Poseen un equipo básico para un departamento de relaciones públicas. ✓ Utilizan carteleras, memorándums para informar al personal de la municipalidad acerca de las actividades y proyectos que realizan. ✓ Imparten cursos de capacitación para el personal, sobre, redacción periodística y uso de programas básicos sobre el manejo de computadoras. ✓ Llevan a cabo actividades con el personal sobre días celebres como el día de la madre y otros. ✓ Patrocinan eventos deportivos. <p>Todos estos datos fueron obtenidos de las entrevistas realizadas al personal del departamento y el proceso de observación realizado dentro de las instalaciones de la Municipalidad. Pág. 30-37.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ❖ El personal del departamento está mal organizado internamente, ya que hay duplicidad de cargos observar entrevistas realizadas al personal del departamento en la pregunta (No. 4 PP. 31,34). ❖ Dicho departamento no está identificado, proceso de observación (Pág. 37). ❖ Dónde funciona la oficina del departamento es un espacio muy reducido, proceso de observación (Pág. 37). ❖ La oficina esta compartida con otro departamento de cobros, proceso de observación realizado en las instalaciones de la municipalidad (Pág. 37). ❖ No poseen un archivo para ordenar los documentos. ❖ El acuerdo municipal sobre la creación de dicho departamento no existe, dato recabado de la entrevista al personal del departamento (Pág.33 pregunta No. 2). ❖ Carecen de misión, visión y objetivo (PP.30, 33 pregunta No. 2). ❖ La recepción de información para el departamento la hacen desde la secretaria privada de la alcaldía. ❖ No cuentan con un publicista o diseñador grafico dentro del departamento, según organigrama del departamento (PP. 30,33). ❖ El departamento tiene una mala imagen, proceso de observación en la Municipalidad (Pág.37).

Oportunidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> ✓ La municipalidad cuenta con una página web, la cual puede ser una herramienta muy útil para la divulgación de información. ✓ La institución tiene varios comités de mujeres organizados dentro y en cada una de las aldeas del municipio, lo cual se puede aprovechar como un canal de comunicación para dar a conocer información sobre la municipalidad. ✓ Como institución tienen varios programas sociales que pueden contribuir a crear o mantener una excelente imagen, los cuales manejan a través de un departamento llamado OSEA (Obras Sociales de la Esposa del Alcalde). <p>Los datos presentados fueron obtenidos del proceso de observación realizado en las instalaciones de la Municipalidad de Villa Canales.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ❖ No tienen un buzón de quejas o sugerencias. ❖ Falta de supervisión en la atención que se brinda en los anexos de la organización y las clínicas municipales que funcionan en el municipio, la cual es deficiente. ❖ Ausencia de entrega sobre información impresa acerca de la institución a los usuarios. ❖ Poca percepción sobre la municipalidad en los diferentes medios masivos por el público exterior. ❖ Como consecuencia del mal manejo de las relaciones públicas dentro de la institución, obtuvieron un fracaso en la reelección del Alcalde, en las elecciones 2011. <p>Estos datos fueron recabados en la encuesta realizada a los usuarios de la Municipalidad (PP.38 – 45).</p>

Fuente: Investigación de campo, proceso de observación y encuestas realizadas a los usuarios de la municipalidad de V. C.

4.5 Entrevista a los comunicadores sociales:

Con el objetivo de recabar datos para la propuesta que se planteara al departamento de relaciones públicas de la Municipalidad, se entrevistaron a 5 profesionales de la comunicación las cuales se realizaron del 25 al 29 de abril del 2011, se realizó un consolidado de las respuestas, ya que la mayoría coincidían.

1. Los entrevistados hicieron énfasis en que las relaciones públicas son esa disciplina administrativa, que se centra en las relaciones y la comunicación que los individuos de la empresa o institución tienen con otros grupos llamados públicos.
Utilizando como canal los medios de comunicación para limpiar, mantener o crear la buena imagen de la empresa o institución y de quién la dirige.

2. En cuanto a determinar un modelo de relaciones públicas aplicable a una Municipalidad respondieron, que se debe realizar una investigación más profunda, pero lo ideal es que sea un modelo abierto en donde se pueda dar a conocer que hace la institución y exista una retroalimentación entre el público y la institución.

3. Afirmaron que la función del departamento es realizar toda una labor de divulgación; para darle a conocer a la gente cual es el trabajo que está desarrollando la municipalidad a través de los medios de comunicación, para mantener la buena imagen de la institución teniendo en cuenta que la municipalidad es un mini estado por lo que tiene que estar rindiendo cuentas a la población ya que eso será un punto a su favor para demostrar la transparencia de la administración.

4. El grupo de profesionales coincidieron que el departamento debe estar conformado; por un relacionista público (Licenciado en Ciencias de la Comunicación), un publicista, que cumpla con la función de un asistente del relacionista público, una secretaria siempre teniendo en cuenta el presupuesto con el que cuente dicho departamento y las necesidades de la Municipalidad y que los integrantes tengan mínimo 6 semestres de comunicación para que exista una comunicación efectiva para lograr los objetivos y metas que se pretenden en el equipo de trabajo.
5. Coincidieron en que los medios aconsejables para que una Municipalidad publique en este caso: son todos los medios masivos y los medios de la tecnología de punta como redes sociales (Facebook, Twitter, etc.).
No olvidando la realidad de nuestro país y el grado de analfabetismo que hay coincidiendo en que el medio más aconsejable para publicar es la radio, porque que tiene más penetración en la población guatemalteca y otra herramienta útil pueden ser los mensajes de texto a los celulares.
6. Manifestaron en que la frecuencia que debe de tener la Municipalidad de publicaciones, depende de lo siguiente:
 - a) En tiempo de crisis las publicaciones tienen que ser inmediatas podrían ser semanales o diarias, como por ejemplo:
Cuando hay desastres naturales ahí se tienen que estar comunicando diariamente la obra social que se hace a través de la municipalidad para que toda la gente el trabajo que se está trabajando.
 - b) Por el contrario si la situación es normal, la municipalidad debe de publicar de una forma mensual transmitiendo todos los logros, alcances y metas que ha cumplido el gobierno municipal.

7. Al respecto del perfil del relacionista público coincidieron que debe ser un Comunicador social, hasta cierto límite podría ser una persona que mínimo posea una carrera intermedia como publicista, locutor o periodista.
- Que posea el carisma para tratar a las distintas clases de públicos con los que tenga que relacionarse, inteligente que pueda sobre llevar cualquier problemática que se le presente y demuestre credibilidad ya que es la imagen de la institución la que está en juego.
8. Con relación del mínimo de personas que deben de conformar un departamento de relaciones públicas coincidieron que son 4, un relacionista público, un redactor, un fotógrafo y una secretaria, un máximo tendría que ser de 10 personas dependiendo de la extensión de la Municipalidad y tomando en cuenta que el departamento realice las funciones correspondientes.
9. Los entrevistados opinaron que en el proceso de relaciones públicas dentro de la institución se debe:
- a) Realizar un diagnóstico de cómo están las relaciones públicas en la institución.
 - b) Planear y ejecutar las relaciones públicas, deben ser integradas a todas las actividades comunicacionales; que rigen el plan estratégico de lo que él Alcalde y su grupo pretende buscar y finalmente transmitir dentro de la comunidad.
10. Consideran que la importancia de este departamento es vital dentro de una institución porque tiene una labor de divulgación, que sirve de mucho para informar a la población y es el responsable de mantener la imagen institucional; si no existiera un departamento de esta índole dentro de la organización sería una de sus debilidades más fuertes.

11. Al preguntarles cuál podría ser la misión, visión y objetivos de este departamento argumentaron lo siguiente:

Cada institución se traza su propia misión, visión y objetivos en este caso de la municipalidad de Villa Canales se puede decir lo siguiente por ejemplo:

- ❖ **Misión:** Informar a los vecinos sobre los acontecimientos y proyectos en que trabaja la municipalidad.
- ❖ **Visión:** Adquirir una identificación con la población.
- ❖ **Objetivos:** Promover de una manera efectiva la gestión del Alcalde para que este pueda ser reelecto por la población.

12. Expresaron que para hablar de un presupuesto, se tiene que tomar en cuenta un factor importante y este es cuanto personal tiene la municipalidad y de cuanto ingrese, manifestaron que sería muy aventurado mencionar un presupuesto exacto; pero este tiene que ser holgado, para que el departamento actúe de manera adecuada dentro de la institución.

13. Exteriorizaron que las relaciones públicas se deben de promover dentro de la institución y con su personal de una manera objetiva porque hay que tener en cuenta que primero se empieza dentro de la organización, realizando por ejemplo las siguientes actividades:

- a) Capacitando a todo el personal dentro de su trabajo.
- b) Capacitando a todo el personal en relaciones humanas que deben de tener, con sus compañeros de trabajo y con los públicos que visitan la institución.
- c) Promover actividades deportivas en la institución con todos los departamentos entre muchas más.

14. Determinaron que la comunicación dentro de la institución, se deben de utilizar carteleras, revistas mensuales, periódico institucional, etc., para tener a todo el personal informado acerca de las obras que realiza la institución y externamente se debe manejar una comunicación social, la cual debe ser cuidadosa ya que se está dirigiendo al público objetivo y tener presente que la comunicación autoritaria es dañina para la imagen de la institución.

15. Opinaron que el mobiliario y equipo mínimo que debe de tener el Departamento de Relaciones Públicas de una municipalidad, es lo siguiente:

- a) Una oficina.
- b) Una o dos computadoras mínimo.
- c) Escritorios.
- d) Archivador.
- e) Equipo de Reportero.
- f) Equipo fotográfico.
- g) Cañoneras.
- h) Pantallas.
- i) Equipo de sonido.
- j) Micrófonos.
- k) Cámara de Video, etc., dependiendo de la extensión de la institución.

Conclusiones

- El departamento de relaciones públicas tiene un funcionamiento deficiente.
- Basados en un análisis FODA realizado al departamento de Relaciones Públicas; este tiene una mala organización interna con el personal porque hay duplicidad de cargos, por lo que se propone realizar una reestructuración interna para obtener una función eficaz.
- Según los resultados obtenidos en las encuestas realizadas a los usuarios se llega a la conclusión que, este departamento no cumple con la función de divulgar la información sobre todos los aspectos importantes de la municipalidad. Como consecuencia, el público externo percibe poca información de la institución y tiene una mala imagen de la organización.
- Carecen de un espacio físico adecuado para el departamento lo que deja mucho que desear de la imagen que proyecta, estos datos se obtuvieron del proceso de observación realizado en el departamento de relaciones públicas en las instalaciones de la institución.

Recomendaciones

El departamento de relaciones públicas presenta deficiencias en su funcionamiento interno, fundamentados en los resultados obtenidos de las encuestas realizadas a los usuarios y el análisis FODA realizado se recomienda lo siguiente:

- Llevar a cabo la propuesta de relaciones públicas presentada.
- Crear el Acuerdo Municipal sobre la existencia del departamento de relaciones públicas dentro de la institución, para no generar especulaciones acerca de la existencia y el funcionamiento de este.
- El Director del departamento de relaciones públicas debe de tener comunicación directa con el Alcalde y su Consejo Municipal para obtener información importante que hay que dar a conocer con la población.
- Es importante brindar capacitación al personal sobre atención al público ya que esta es muy importante para mantener una buena imagen institucional.
- Se recomienda realizar una campaña fuerte de publicidad, a través de los medios de comunicación que utilizan; ya que hay muy poca percepción sobre información de la municipalidad en el público exterior eso lo demuestran los resultados obtenidos en las encuestas realizadas a los usuarios.

Referencias bibliográficas

1. Black Sam.1994. Casos de relaciones públicas Internacionales. Barcelona. Gestión 2000. 253 p.
2. Barquero José Daniel. 1996. El libro de oro de las relaciones públicas. Barcelona. Gestión 2000. 372 p.
3. Bonilla Gutiérrez, Carlos.2001. Relaciones públicas factor de competitividad para las empresas e instituciones. México. Continental. 2000. 164 p.
4. Bonilla Gutiérrez, Carlos.2001.La Comunicación, función básica de las relaciones públicas. México. Trillas. 120 p.
5. Bonilla Gutiérrez Carlos. 2001. La Caída de la publicidad y el auge de las relaciones públicas. 2da. edición. México. Trillas. 302 p.
6. Castañeda Mejía Yolanda Leticia.2003.Diagnóstico y Propuesta de la Comunicación Interna de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, de la USAC. Licenciada en Ciencias de la Comunicación. Universidad de San Carlos de Guatemala. Escuela de Ciencias de la Comunicación. 109
7. Dominick Joseph R. La Dinámica de la comunicación masiva. 6ta. Edición. España. Mac Graw Hill. 600p.
8. Friesleben Goff Christine. 1995. El proceso de las relaciones públicas. México. Publigráfico. 963 p.

9. García M. Manuel. 1999. Las relaciones públicas claves del éxito. Madrid. Ágata.146 p.
10. Organigrama de la municipalidad Villa Canales. 2011. Guatemala: Departamento de Recursos Humanos. Municipalidad de Villa Canales.
11. Pereira Meza Juan Adrián. 2000. Análisis FODA y selección de estrategias aplicado a la empresa lubricantes metálicos, S.A. Tesis. Ingeniero Industrial. Facultad de Ingeniería. Universidad de San Carlos de Guatemala. 208
12. Piloña Ortiz Gabriel Alfredo. 2002. Guía practica sobre Métodos y Técnicas de Investigación Documental y de Campo. Guatemala. 281p.
13. Prieto Castillo Daniel. 1985. Diagnóstico de Comunicación. 1^a. Edición. Alemania. E. Belen. 379 p.
14. Ríos Szalay Jorge. 2006. Relaciones públicas su administración en las organizaciones. México. Trillas. 126 p.
15. Rodríguez Lemus Marina del Pilar. 2011. Creación de un departamento de relaciones públicas en la dirección general de caminos. Tesis. Licenciada en Ciencias de la Comunicación. Universidad de San Carlos de Guatemala. Escuela de Ciencias de la Comunicación. 93p.
16. Román Chávez Regina. 2010. La página web de la municipalidad de Villa Nueva, una herramienta de comunicación institucional y de servicio. Tesis. Licenciada en Ciencias de la Comunicación. Universidad de San Carlos de Guatemala. Escuela de Ciencias de la Comunicación. 67 p.

17. Wilcox, L. Dennis Ault, Phillip H. Relaciones públicas estrategias y tácticas. 6ª ed. Madrid. Pearson Educación. 611 p.

E-grafías

18. Ayala Vásquez Dolores Eugenia. Diagnóstico de la comunicación interna en pequeñas empresas de bahías de Huatulco OAX. El Diagnóstico de la Comunicación organizacional. 2007.

www.alaic.net/alaic30/ponencias/cartas/com_org_yRP/.../GT2_3ayala.pdf.

Obtenido el 26 de julio del 2011.

19. Diccionario de la Real Academia Española. www.rae.es consultado el 21 de julio del 2011. Que es municipalidad.

20. Najarro Gandarilla José Enrique. Martínez Ramírez Dania Iris. Diagnóstico de Comunicación. Acciones comunicativas para fortalecer la comunicación interna de los cuadros en la formación y desarrollo de las reservas de empresa azucarera Colombia. 2010. www.eumed.net. Obtenido el 26 de julio del 2011.

21. Sitio web de la municipalidad de Villa Canales. www.munivillacanales.gob.gt consultado el 20 de marzo del 2010. Información general sobre la municipalidad de Villa Canales.

22. Sitio web de la Municipalidad de la Ciudad Capital mu.muniguate.com/index.../38-ique-es-una-municipalidad. Consultado el 21 de julio del 2011. Que es municipalidad.

23. La propuesta general para una oficina de relaciones públicas en la Municipalidad de El Salvador según la página web www.biblioteca.utec.edu.sv. Consultado 26 de julio del 2011.

PERSONAS ENTREVISTADAS

Entrevistas (realizadas del 25 al 29 de abril del 2011) a:

1. Bach Hugo Nery. Licenciado en Ciencias de la Comunicación. Escuela de Ciencias de la Comunicación. Universidad de San Carlos de Guatemala.
2. Búcaro Silvia. Máster en Ciencias de la Comunicación. Escuela de Ciencias de la Comunicación. Universidad de San Carlos de Guatemala.
3. Estrada María del Rosario. Máster en Ciencias de la Comunicación. Escuela de Ciencias de la Comunicación. Universidad de San Carlos de Guatemala.
4. Ovando Mónica. Licenciada en Ciencias de la Comunicación. Universidad Mariano Gálvez de Guatemala. Periodista Noticiero Guatevisión.
5. Yucute Miriam. Licenciada en Ciencias de la Comunicación. Escuela de Ciencias de la Comunicación. Universidad de San Carlos de Guatemala.

Personas de la Municipalidad de Villa Canales:

1. Estupinian Estuardo. Licenciado en Ciencias de la Comunicación. Departamento de Relaciones Públicas. Municipalidad de Villa Canales. Entrevista realizada el 11 de abril del 2011.
2. García Domínguez Miguel Ángel. Alcalde. Municipalidad de Villa Canales. Entrevista realizada 12 de abril del 2011.
3. Solórzano Ariel. Bachiller en Ciencias y letras. Relacionista Público. Departamento de Relaciones Públicas. Municipalidad de Villa Canales. Entrevista realizada el 29 de marzo del 2011.

ANEXOS

"Propuesta de Relaciones Públicas, para la Municipalidad de Villa Canales"

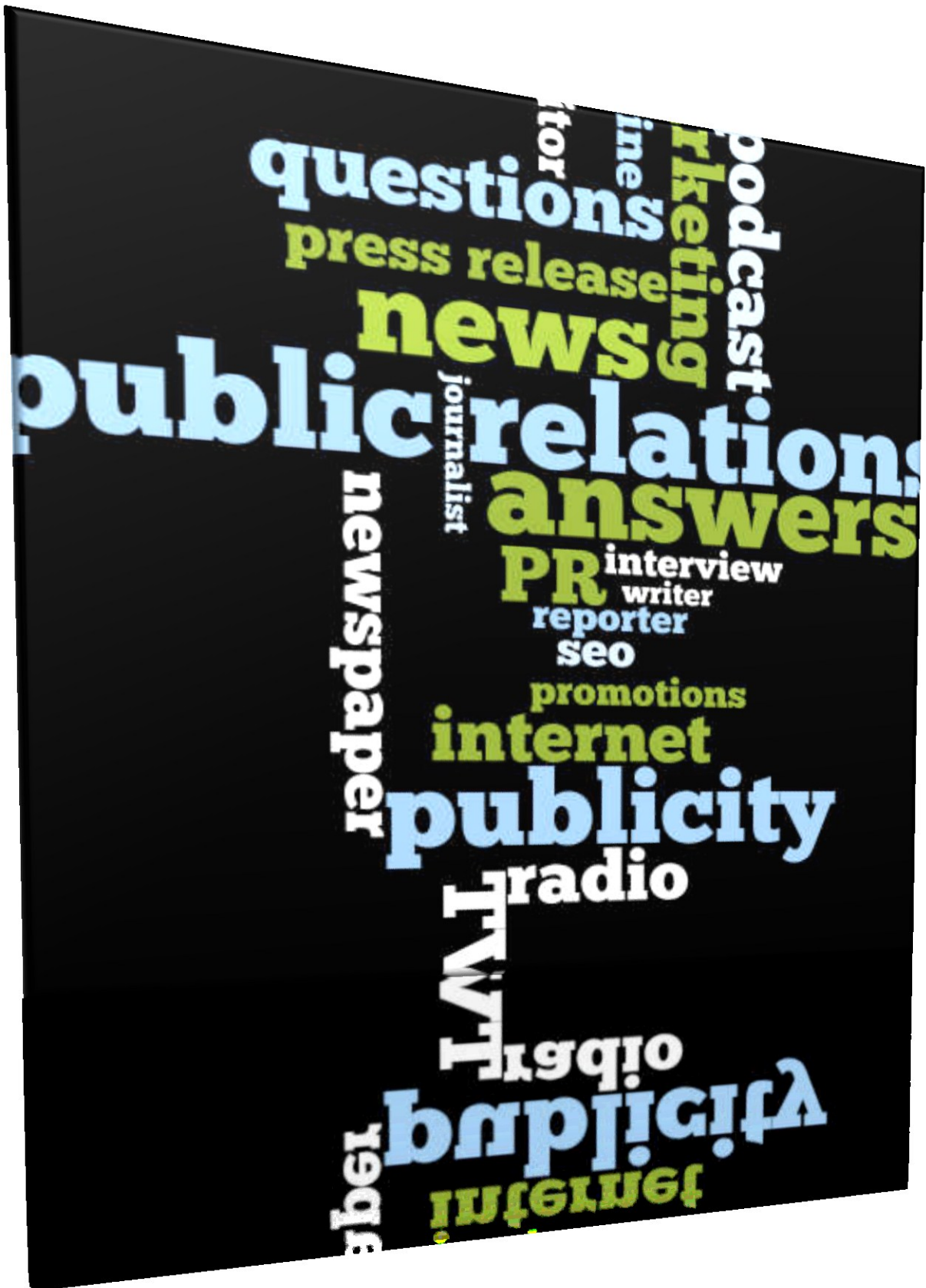


Tabla de contenido

1. Generalidades de la propuesta	4
1.1 Introducción	4
1.2 Justificación	4
1.3 Objetivo	5
1.4 Departamento de relaciones públicas	5
1.4.1 Misión	5
1.4.2 Visión	5
1.4.3 Objetivo	5
1.4.4 Funciones del departamento de las relaciones públicas	5
1.5 Comunicación Externa	8
1.6 Organización interna	10
1.7 Recursos financieros	11
1.8 Recursos humanos y sus funciones	12
1.8.1 Descripción del Perfil del Director de relaciones públicas y sus funciones	12
1.8.2 Descripción del perfil del técnico en publicidad y sus funciones	14
1.8.3 Descripción del perfil del oficinista y sus funciones	15
1.9 Recursos Físicos	16
1.10 Mobiliario y equipo	16

1. Generalidades de la propuesta

1.1 Introducción

La presente propuesta de relaciones públicas se realizó después de hacer las entrevistas correspondientes al personal del departamento de relaciones públicas de la Municipalidad de Villa Canales, encuestar a los usuarios y establecer el funcionamiento deficiente del mismo.

Con la investigación de ese tema se plantea demostrar la importancia en la utilización y aplicación adecuada de las relaciones públicas para la institución, ya que esta es una herramienta básica para la proyección y fortalecimiento de una imagen tanto interna como externa de instituciones que velan por el bien común de un Municipio, la cual es la función de la Municipalidad.

1.2 Justificación

Hoy en día el campo laboral es muy competitivo en el ámbito institucional, afortunadamente se cuenta con la comunicación y todas las herramientas que esta brinda.

En la actualidad las relaciones públicas sirven para establecer los canales de comunicación entre la institución y sus públicos para que exista entre ellos una comunicación efectiva.

En la Municipalidad de Villa Canales existe un departamento de relaciones públicas que presenta deficiencias de comunicación y organización con su personal, entre otras.

1.3 Objetivo

El objetivo es plantear una propuesta de reestructuración al departamento de relaciones públicas de la municipalidad de Villa Canales.

Según la RAE reestructuración es “Modificar la estructura de una obra, disposición, empresa, proyecto, organización”.

1.4 Departamento de relaciones públicas:

Definición

El departamento de relaciones públicas es una unidad de línea que depende directamente del Consejo y Administrador Municipal.

El departamento debe contar con una misión, visión y objetivo:

1.4.1 Misión

Dar a conocer todas las actividades que realiza la gestión municipal a toda la población, para crear y mantener una imagen institucional positiva.

1.4.2 Visión

Realizar programas donde se eduque a las personas de la población a organizarse, buscar el progreso y desarrollo de sus comunidades a nivel de municipio.

1.4.3 Objetivo

Lograr un desarrollo eficiente de las comunicaciones entre la comunidad y la Municipalidad.

1.4.4 Funciones del departamento de relaciones públicas:

En base a los resultados obtenidos de las encuestas realizadas a los usuarios de la Municipalidad, el análisis FODA, entrevistas realizadas al personal del departamento de relaciones públicas se presenta la siguiente propuesta para la municipalidad de Villa Canales.

La propuesta general para una oficina de relaciones públicas para la Municipalidad de El Salvador según la página web www.biblioteca.utec.edu.sv y las entrevistas de los profesionales de la comunicación fueron, un aporte teórico importante para la presente propuesta.

1. Asesorar al Alcalde en todas las actividades relativas a relaciones públicas, como por ejemplo:
 - Protocolo en la inauguración de las obras municipales.
 - Asesoramiento en la realización de programas sociales, como jornadas médicas, entrega de lámina y todas las actividades que estén vinculadas a la institución.
 - Asistencia de las entregas de premiaciones en los eventos deportivos.
2. Informar al público interno y externo, sobre las funciones de la institución, logros alcanzados y actividades realizadas más relevantes.
3. Crear y elaborar programas especiales de difusión para hacer conciencia y despertar el interés de la comunidad para que colaboren en los programas del municipio.
4. Proponer y programar la realización de conferencias de prensa y otras publicaciones de interés municipal.
5. Mantener un listado de fechas importantes como las siguientes: aniversarios de otras municipalidades, cumpleaños de otros Alcaldes, aniversarios de instituciones educativas importantes dentro del municipio para enviar las felicitaciones a quien corresponde.

6. Mantener un archivo permanente de prensa y otras publicaciones de interés municipal.
7. Realizar las demás funciones que la ley o el Alcalde le encomienden.
8. Apoyar las actividades de protocolo en los eventos y ceremonias oficiales que efectuó la municipalidad.
9. Entregar las invitaciones a las autoridades correspondientes cuando la institución gestione eventos de índole académico, social y cultural.
10. Llevar el control de las invitaciones hechas al Alcalde y presentar las excusas y agradecimientos cuando así lo requiera.
11. Mantener informado al personal municipal de las actuaciones, inauguraciones y otras acciones relevantes del municipio, a través de la publicación periódica de un boletín informativo en la página web.
12. Desarrollar otras tareas como un archivo de documentación de actividades y eventos del departamento, bitácoras, informe de las actividades que atiende el Alcalde y el Departamento de relaciones públicas.
13. Ser el ente ejecutivo del o los grupos de trabajo o comités que se conformen al interior del municipio y tengan relación con los programas sociales y de desarrollo que impulse la institución.
14. Constituir el canal de comunicación entre la municipalidad y la comunidad rural.

15. Encargar por cuenta de sus superiores jerárquicos, a otras entidades la realización de acciones que tiendan al desarrollo de la comunidad en el plano económico y de infraestructura.
16. Capacitar al personal para brindar un servicio de atención eficiente al público.
17. Solicitar a los distintos departamentos que conforman la municipalidad, que envíen por escrito las actividades que necesita que el departamento de relaciones públicas asesore o realice.

1.5 Comunicación Externa

En comunicación externa para mejorar la imagen la institución se recomienda lo siguiente:

Buzón:

Colocar en la entrada de la municipalidad un buzón, para que los usuarios puedan calificar la atención que se les brinda cuando asisten a las instalaciones.

Periódico Mensual:

Los encuestados demuestran la falta de información en los medios de comunicación, por lo que es necesario la entrega de un periódico mensual full color de 4 páginas, que contenga las obras y proyectos más relevantes que lleve a cabo la administración municipal.

Trifoliar:

Las estadísticas demuestran que la municipalidad carece de información impresa por lo que se recomienda la impresión de un Trifoliar full color quincenal, que contenga la misión, visión, objetivos, teléfonos, dirección, dirección de página web para dar a conocer información básica sobre la institución.

Medios masivos

Se aconseja monitorear las estaciones de radio más frecuentadas por el grupo externo de la organización, para lanzar una campaña de spots publicitarios acerca de información relevante de la municipalidad.

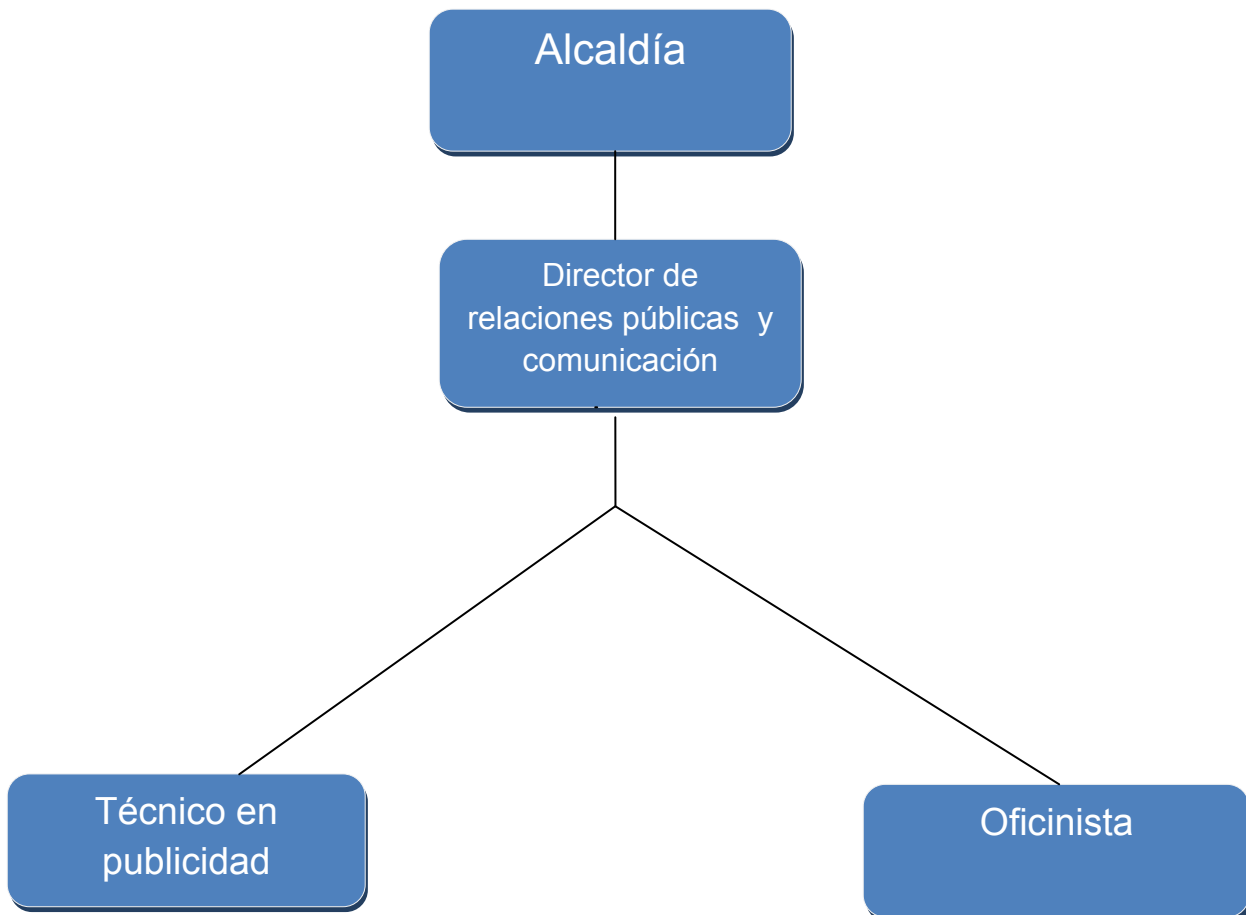
Denuncias

Establecer un día específico de la semana para atender a los usuarios para atender las quejas que estos quieran realizar, acerca de los servicios que brinda la municipalidad y darles seguimiento hasta solucionar el problema.

1.6 Organización interna

Se sugiere que el departamento de relaciones públicas este organizado de la siguiente manera:

Organigrama Departamento de Relaciones Públicas



————— Línea de mando.

----- Línea de asesoría.

----- Línea de coordinación

Elaborado: Suni Velásquez

1.7 Recursos financieros (Salarios)

Para la contratación del personal para el departamento de relaciones públicas se sugiere las siguientes condiciones laborales de contratación:

Cantidad	Puesto	Sueldo base sugerido mensual en quetzales	Mecanismo de Contratación
1	Director de RRPP y Comunicación	*Q. 7,000.00*	Lunes a Viernes 7:00 a 16:00 hrs. Sábado 7:00 a 12:00 hrs.
1	Técnico en Publicidad	*Q.4,000.00*	Lunes a Viernes 7:00 a 16:00 hrs. Sábado 7:00 a 12:00 hrs.
1	Secretaria	*Q. 3,000.00*	Lunes a Viernes 7:00 a 16:00 hrs. Sábado 7:00 a 12:00 hrs.

computrabajo.

Los sueldos presentados incluyen prestaciones de ley y son hipotéticos debido a que el presupuesto del departamento de relaciones públicas es confidencial según estatutos internos de la Municipalidad, los horarios descritos en la tabla son obtenidos de la investigación de campo realizada.

1.8 Recursos humanos y sus funciones

La contratación del personal del departamento de relaciones públicas dependerá del Alcalde y su Consejo Municipal.

- Director de Relaciones Públicas y comunicación.
- Técnico en publicidad.
- Oficinista.

1.8.1 Descripción del Perfil del Director de relaciones públicas y comunicación:

Los datos propuestos a continuación en los siguientes incisos (2.8.2- 2.8.4) se obtuvieron de las entrevistas realizadas a los profesionales de la comunicación Licenciado Hugo Nery Bach, Licenciada Miriam Yucute, Máster María del Rosario Estrada, Máster Silvia Búcaro, Licenciada Mónica Ovando (PP. 48 - 53) y de la propuesta de relaciones públicas para la Municipalidad de El Salvador se sugiere que el perfil del director sea el siguiente:

- ✓ Que posea título universitario de Licenciado en Ciencias de la Comunicación o carreras afines.
- ✓ Sexo masculino o femenino.
- ✓ Que tenga una excelente presentación.
- ✓ Aptitud para el pensamiento estratégico y tendencia a pensar en términos de resultados o de impacto de la actividad de relaciones públicas.
- ✓ Conocimiento en las áreas de prensa, radio y televisión.
- ✓ Que tenga una actitud positiva para resolver problemas, asesoramiento directivo y un buen trato con el público.

Funciones del Director:

La persona que desempeñe este cargo debe poseer capacidad y dinamismo para dirigir las líneas de acción del departamento y debe de desempeñar las siguientes funciones:

1. Preparar el presupuesto para el ejercicio siguiente.
2. Planificar los programas de relaciones públicas, esto incluye decidir prioridades.
3. Ser el responsable de asesorar directamente al Alcalde de la municipalidad.
4. Encargarse de la coordinación del trabajo de cada una de las secciones que conforman el departamento de relaciones públicas.
5. Desarrollar tácticas y estrategias de comunicación.
6. Fijar metas y objetivos para realizar un trabajo en equipo.
7. Definir públicos.
8. Dirigir al personal del departamento de relaciones públicas para incentivarlo a cumplir la misión, visión y objetivo del mismo.
9. Debe reunir información sobre la opinión pública que se maneja acerca de la institución y la cobertura de los medios.
10. Responder a los requerimientos de información de los medios.
11. Planificar y organizar conferencias de prensa.
12. Promover los acontecimientos deportivos y patrocinios.
13. Jornadas médicas o cualquier programa que promueva la gestión municipal.
14. Inauguraciones de proyectos promovidos por la corporación municipal.
15. Celebraciones de fechas importantes en el municipio, como la feria titular, el día del santo patrono del municipio, celebraciones patrias, entre otras.
16. Servir de vínculo en la comunidad y otros grupos internos y externos de la municipalidad.
17. Ayudar al Alcalde en las negociaciones y la gestión de conflictos y llegar a acuerdos como mediador entre la organización y sus públicos importantes.

18. Ocuparse de los invitados como anfitrión de la institución y dirigir los actos protocolarios de todas las actividades donde esté vinculada la municipalidad.
19. Elaborar la memoria anual institucional.
20. Planificar, desarrollar, coordinar y controlar las acciones de información, comunicación, publicidad y relaciones públicas al interior y exterior de la Municipalidad.
21. Programar, organizar, dirigir y controlar las ceremonias, actos oficiales y protocolo en los que participe el Alcalde, su esposa o sus representantes.

1.8.2 Descripción del perfil del técnico en publicidad:

Se sugiere que el encargado de la publicidad cumpla con los siguientes requisitos:

- ✓ Que posea un título de técnico en publicidad o carreras afines.
- ✓ Sexo masculino o femenino.
- ✓ Buena presentación.
- ✓ Dominio de paquetes de computación y diseño.
- ✓ Conocimiento sobre diseño de campañas publicitarias.
- ✓ Conocimientos sobre fotografía.
- ✓ Buena ortografía.

Funciones:

Sus funciones estarán encaminadas a todas las actividades de prensa y publicidad y debe desempeñar las siguientes:

1. Elaboración de boletines informativos.
2. Crear textos publicitarios acerca de las obras y proyectos municipales más relevantes de la gestión municipal.
3. Reportajes y anuncios institucionales.
4. Elaborar folletos y trifolios.
5. Realizar presentaciones en diapositivas.

6. Mantener la información actualizada por internet sobre las actividades institucionales que ejecuta la institución.

La persona encargada planificará, gestionará y dirigirá la implementación de las campañas publicitarias y rendirá cuentas al director del departamento.

1.8.3 Descripción del perfil del oficinista:

Se recomienda que la persona llene los siguientes requisitos:

- ✓ Título de secretaria y oficinista.
- ✓ Estudiante de Ciencias de la Comunicación.
- ✓ Con experiencia en puestos similares.
- ✓ Buena presentación.
- ✓ Lealtad y discreción.
- ✓ Habilidades mecanográficas.
- ✓ Manejo de Programas básicos de Computación e internet.
- ✓ Simpatía.
- ✓ Capacidad de trabajar bajo presión.
- ✓ Organizada.
- ✓ Flexibilidad de horario.
- ✓ Responsabilidad.

Funciones:

1. Recibir y archivar todas las solicitudes y denuncias que lleguen al departamento.
2. Auxiliar a todo el personal del departamento en la redacción de documentos.
3. Darle seguimiento a las denuncias y solicitudes.
4. Orientar a las personas que acudan a ese departamento con la información necesaria.

5. Llevar al día la agenda con las actividades correspondientes del director.
6. Tener la lista de fechas importantes al día como: aniversarios de otras instituciones, fechas de cumpleaños de personas importantes para la institución entre otras y hacerles llegar las felicitaciones a las instituciones o personas correspondientes.
7. Comprar la prensa para mantener el archivo al día, y monitorear publicaciones acerca de la municipalidad o información que pueda interesar a la institución.
8. Mantener decorada la oficina para transmitir una buena imagen del departamento a las personas que atiendan.
9. Asistir al Relacionista Público y a todo el personal en todo lo que sea necesario en el diario acontecer dentro del departamento.

1.9 Recursos Físicos:

El departamento tiene que contar con un espacio físico amplio para que todos los integrantes del mismo puedan laborar en armonía y lograr una buena comunicación interna entre el equipo de trabajo que lo conforma.

Se sugiere que se traslade el departamento de relaciones públicas de la municipalidad a un lugar más amplio del que se encuentra actualmente.

1.10 Mobiliario y equipo

Para el funcionamiento eficaz del departamento es necesario dotarlo de los siguientes recursos materiales:

Mobiliario

- 4 cubículos para acondicionar a cada una de las personas que los conformaran en el espacio físico de la oficina.
- Los muebles necesarios para la decoración de la oficina.
- 1 archivador.

Equipo

- 1 Cámara de video.
- 3 Computadoras.
- 1 Impresora.
- 1 Radio para reportero.
- Cañoneras.
- Pantallas.
- Equipo de sonido.
- Micrófonos.
- 1 cámara de video.

Este mobiliario y equipo es necesario para proyectar y reforzar la imagen de este departamento y permitir el funcionamiento de una manera eficiente.



ANEXO # 2



Formato de encuesta realizada a usuarios de la municipalidad.

Universidad de San Carlos de Guatemala

Escuela de Ciencias de la Comunicación.

La información que proporcionará en la siguiente encuesta es con fines académicos universitarios.

Sexo: Masculino _____ Femenino _____ Edad: _____

Instrucciones: a continuación se le presenta una serie de preguntas, marque con una X la respuesta que crea correcta.

1. ¿Sabe cuáles son los servicios que brinda la Municipalidad?

SI _____ NO _____

2. ¿Cuándo necesita hacer una queja sobre los servicios que le presta la Municipalidad sabe dónde realizarlas?

SI _____ NO _____

3. ¿Cómo califica la atención que recibe cuándo asiste a la Municipalidad?

Excelente _____ Buena _____ Regular _____ Mala _____

4. ¿Se le ha proporcionado algún tipo de información impresa dentro de la municipalidad? Como por ejemplo: un trifoliar.

SI _____ NO _____

5. ¿Sabe a dónde o a quién recurrir cuando necesita información sobre los servicios o programas sociales que brinda la Municipalidad?

SI _____ NO _____

6. ¿Conoce la página web de la Municipalidad de Villa Canales?

SI _____ NO _____

7. ¿Ha visto o escuchado información de la Municipalidad a través de la radio, prensa o televisión?

SI _____ NO _____

¿En cuál medio? _____

8. ¿Cuántas veces acude a la Municipalidad?

Semanal _____ Quincenal _____ Mensual _____ Anual _____

9. ¿Cree que la municipalidad cumple con su función de informar a la población acerca de los servicios, programas sociales y proyectos que llevan a cabo?

Si _____ NO _____

10. ¿Cómo considera la imagen de la Municipalidad actualmente?

Excelente _____ Buena _____ Mala _____

¡Muchas gracias por su colaboración!



Anexo # 3



Formato de entrevista realizada al personal del departamento de relaciones públicas.

1. ¿En qué año fue fundado el departamento de relaciones públicas?
2. ¿Cuál es el objetivo, la misión y la visión del departamento de relaciones públicas?
3. ¿Cuentan con un presupuesto dentro de este departamento a cuanto asciende el mismo y en que lo utilizan?
4. ¿Cómo está estructurado el departamento de relaciones públicas y con qué mobiliario y equipo cuentan?
5. ¿Cuál es la función que tiene el departamento en la institución?
6. ¿Cuál es su profesión y qué tiempo tiene de ejercer las relaciones públicas?
7. ¿Qué modelo de relaciones públicas utilizan dentro de esta institución?
8. ¿Cuál es el proceso que implican las relaciones públicas para poder llevarse a cabo dentro de la institución?
9. ¿Qué clase de comunicación utilizan dentro de la organización?
10. ¿Cuentan actualmente con un plan de relaciones públicas?
11. ¿De qué manera impulsan las relaciones públicas dentro de la institución?

12. ¿En qué medios de comunicación publican y con qué frecuencia lo hacen?

13. ¿Qué actividades publican en los medios de comunicación?

14. ¿Cómo seleccionan los medios en los que publican?

15. ¿Qué papel juega el departamento de relaciones públicas con el personal de la institución?



ANEXO # 4

Formato de entrevista realizada a los profesionales de la Comunicación.

1. ¿Para usted que son las relaciones públicas?
2. ¿Qué modelos de relaciones públicas se puede aplicar a una institución pública como una Municipalidad?
3. ¿Cuál es la función que debe cumplir un departamento de relaciones públicas dentro de una Municipalidad?
4. ¿Cómo debe de estar conformado el departamento de relaciones públicas de una Municipalidad?
5. ¿Qué medios de comunicación son aconsejables utilizar para difundir las relaciones públicas de una Municipalidad y que actividades debe publicar?
6. ¿Con que frecuencia cree que debe publicar el departamento de relaciones publicas en medios de comunicación?
7. ¿Cuál es el perfil que debe de tener la persona encargada de las relaciones públicas?
8. ¿Cuántas personas debe de conformar un departamento de relaciones públicas de una Municipalidad?
9. ¿Qué proceso se debe llevar a cabo para realizar las relaciones públicas dentro de una institución pública?
10. ¿Cuál es la importancia que debe de tener un departamento de relaciones publicas dentro de una Municipalidad?
11. ¿Cuál debe ser la misión, visión, objetivos y metas de un departamento de relaciones públicas dentro de una Municipalidad?

- 12.** ¿Con que presupuesto debe contar un departamento de relaciones públicas de una municipalidad y en qué áreas lo debe utilizar el departamento?
- 13.** ¿De qué manera se deben promover las relaciones publicas dentro de la institución y con su personal?
- 14.** ¿Qué clase de comunicación debe de utilizar el departamento de relaciones públicas internamente y externamente?
- 15.** ¿Con que mobiliario y equipo debe de contar el departamento de relaciones públicas?

ANEXO # 5

Guía de observación

No.	Aspectos a Evaluar	Bueno	Regular	Mal
1	Espacio físico del Departamento.			
2	Equipo con el que cuentan.			
3	Manejo de Información.			
4	Identificación del Departamento.			
5	Imagen que proyecta.			
6	Organización interna con el personal.			
7	Recepción de información.			
8	Mobiliario apropiado.			
9	Asesoramiento en actividades de protocolo a las autoridades.			