

**UNIVERSIDAD SAN CARLOS DE GUATEMALA  
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**“DIAGNÓSTICO Y PROPUESTA DE COMUNICACIÓN ENTRE ADMINISTRACIÓN,  
EJECUTIVOS DE VENTAS Y VECINOS DEL SECTOR II DEL PROYECTO  
HABITACIONAL RESIDENCIALES JARDINES DEL NORTE”**

**Trabajo de Tesis presentado por:**

**María de los Angeles Larios León**

**Previo a optar por el título de:  
LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**Asesora de Tesis:**

**Mónica Carina Lemus Barrientos**

**Guatemala, Octubre 2013**



**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 DE EGRESADOS**

Néstor Aníbal de León Velásquez  
José Jonatán Girón Ticurú

**REPRESENTANTE ESTUDIANTIL**

Lic. Johnny Michael González Batres

**SECRETARIA ADMINISTRATIVA**

M. Sc. Claudia Molina

**ASESOR DE TESIS**

M.A. Mónica Carina Lemus Barrientos

**TRIBUNAL EXAMINADOR**

M.A. Mónica Lemus	Presidente
Ing. Rodolfo Molina	Revisor
M.A. César Urizar	Revisor
M.A. José María Torres	Examinador
Lic. Armando Sipac	Examinador
Licda. Miriam Yucuté	Suplente



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

172-11

Guatemala, 30 de enero de 2012  
Dictamen aprobación 04-12  
Comisión de Tesis

Estudiante  
**María de los Angeles Larios León**  
Escuela de Ciencias de la Comunicación  
Ciudad de Guatemala

Estimado(a) estudiante **Larios**:

Para su conocimiento y efectos, me permito transcribir lo acordado por la Comisión de Tesis en el inciso 1.4 del punto 1 del acta 01-2012 de sesión celebrada el 30 de enero de 2012 que literalmente dice:

*1.4 Comisión de Tesis acuerda: A) Aprobar al (la) estudiante María de los Angeles Larios León, carné 200417318, el proyecto de tesis DIAGNÓSTICO Y PROPUESTA DE COMUNICACIÓN ENTRE ADMINISTRACIÓN, EJECUTIVOS DE VENTAS Y VECINOS DEL SECTOR II DEL PROYECTO HABITACIONAL RESIDENCIALES JARDINES DEL NORTE. B) Nombrar como asesor(a) a: Licenciada Mónica Carina Lemus Barrientos.*

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 habersele aprobado el proyecto de tesis y no haya concluido con la investigación." (lo subrayado es propio).

Atentamente,

**ID Y ENSEÑAD A TODOS**

  
M.A. Aracelly Mérida  
Coordinadora Comisión de Tesis



Copia: Comisión de Tesis  
AM/Eunice S.



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

031-13

Guatemala, 04 de febrero de 2013  
Comité Revisor/ NR  
Ref. CT-Akmg 03-2013

Estudiante  
**María de los Angeles Larios León**  
Carné **200417318**  
Escuela de Ciencias de la Comunicación  
Ciudad Universitaria, zona 12.

Estimado(a) estudiante **Larios**:

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 Y PROPUESTA DE COMUNICACIÓN ENTRE ADMINISTRACIÓN, EJECUTIVOS DE VENTAS Y VECINOS DEL SECTOR II DEL PROYECTO HABITACIONAL RESIDENCIALES JARDINES DEL NORTE.**

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:

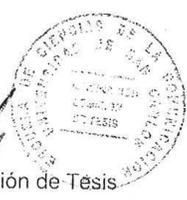
M.A. Mónica Carina Lemus Barrientos, presidente(a).  
M.A. César Urizar, revisor(a)  
Ing. Rodolfo Molina, revisor(a).

Atentamente,

**ID Y ENSEÑAD A TODOS**

  
Lic. Julio E. Sebastián Ch.  
Director ECC

  
M.A. Aracely Mérida  
Coordinadora Comisión de Tesis



Copia: comité revisor. Adjunto 2 fotocopias del informe final de tesis y respectiva boleta de evaluación.  
Larissa  
Archivo.  
AM/JESCH/Eunice S.

Edificio M2,  
Ciudad Universitaria, zona 12.  
Teléfono: (502) 2418-8920  
Telefax: (502) 2418-8910  
[www.comunicacionusac.org](http://www.comunicacionusac.org)



**Autorización informe final de tesis por Terna Revisora  
Guatemala, de 2013**

M.A.  
Aracelly Mérida,  
Coordinadora  
Comisión de Tesis  
Escuela de Ciencias de la Comunicación,  
Edificio Bienestar Estudiantil, 2do. Nivel.  
Ciudad Universitaria, zona 12

Distinguida M.A. Mérida

Atentamente informamos a ustedes que la estudiante María de los Angeles Larios León, Carné 200417318. Ha realizado las correcciones y recomendaciones a su TESIS, cuyo título es: **DIAGNÓSTICO Y PROPUESTA DE COMUNICACIÓN ENTRE ADMINISTRACIÓN, EJECUTIVOS DE VENTAS Y VECINOS DEL SECTOR II DEL PROYECTO HABITACIONAL RESIDENCIALES JARDINES DEL NORTE.**

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

"ID Y ENSEÑAD ATODOS"

  
Ing. Rodolfo Molina  
Miembro Comisión Revisora

  
M.A. César Urizar  
Miembro Comisión Revisora

  
M.A. Mónica Carina Lemus Barrientos  
Presidente Comisión Revisora



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

366-13

Guatemala, 20 de agosto de 2013  
Tribunal Examinador de Tesis/N.R.  
Ref. CT-Akmg- No. 55-2013

Estudiante  
**María de los Angeles Larios León**  
Carné **200417318**  
Escuela de Ciencias de la Comunicación  
Ciudad Universitaria, zona 12

Estimado(a) estudiante **Larios**:

Por este medio le informamos que se ha nombrado al tribunal examinador para que evalúe su trabajo de investigación con el título: **DIAGNÓSTICO Y PROPUESTA DE COMUNICACIÓN ENTRE ADMINISTRACIÓN, EJECUTIVOS DE VENTAS Y VECINOS DEL SECTOR II DEL PROYECTO HABITACIONAL RESIDENCIALES JARDINES DEL NORTE**, siendo ellos:

M.A. Mónica Lemus, presidente(a)  
Ing. Rodolfo Molina, revisor(a).  
M.A. César Urizar, revisor(a)  
M.A. José María Torres, examinador(a).  
Lic. Armando Sipac, examinador(a).  
Licda. Miriam Yucuté, suplente.

Por lo anterior, apreciaremos se presente a la Secretaría 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**

**Lic. Julio E. Sebastián Ch.**  
Director ECC

Copia: Larissa  
Archivo  
JESCH/AM/Eunice S.



**M.A. Aracelly Mérida**  
Coordinadora Comisión de Tesis



Edificio M2,  
Ciudad Universitaria, zona 12.  
Teléfono: (502) 2418-8920  
Telefax: (502) 2418-8910  
[www.comunicacionusac.org](http://www.comunicacionusac.org)



488-13

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

Guatemala, 16 de octubre de 2013  
**Orden de impresión/NR**  
Ref. CT-Akmg- No. 64-2013

Estudiante  
**María de los Angeles Larios León**  
Carné **200417318**  
Escuela de Ciencias de la Comunicación  
Ciudad Universitaria, zona 12

Estimado(a) estudiante **Larios**:

Nos complace informarle que con base en la **autorización de informe final de tesis por asesor**, de título: **DIAGNÓSTICO Y PROPUESTA DE COMUNICACIÓN ENTRE ADMINISTRACIÓN, EJECUTIVOS DE VENTAS Y VECINOS DEL SECTOR II DEL PROYECTO HABITACIONAL RESIDENCIALES JARDINES DEL NORTE**, se emite la orden de impresión del trabajo de investigación.

Apreciaremos que sean entregados dos ejemplares impresos y un disco compacto en formato PDF, en la Biblioteca Central de esta universidad; seis ejemplares y dos discos compactos en formato PDF, en la Biblioteca Flavio Herrera y diez ejemplares en la Secretaría General de esta unidad académica ubicada en el 2º. nivel del Edificio M-2.

Es para nosotros un orgullo contar con un profesional como usted, egresado 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



Copia: archivo  
AM/JESCH/Eunice S.

Edificio M2,  
Ciudad Universitaria, zona 12.  
Teléfono: (502) 2418-8920  
Telefax: (502) 2418-8910  
[www.comunicacion.usc.edu.gt](http://www.comunicacion.usc.edu.gt)

**Para efectos legales, únicamente el autor es el responsable del contenido de esta investigación.**

# ÍNDICE

	<b>Página</b>
Resumen	i
Introducción	ii

## CAPÍTULO I

### 1. MARCO CONCEPTUAL

1.1	Antecedentes	1
1.2	Justificación	3
1.3	Planteamiento del Problema	4
1.4	Alcances y Limites	5

## CAPÍTULO II

### 2. MARCO TEÓRICO

2.1	Administración	6
2.1.1	Planeación	6
2.1.2	Organización	6
2.1.3	Dirección	6
2.1.4	Control	6
2.2	Departamento Administrativo	7
2.3	Ejecutivos de Ventas	8
2.4	Funciones de los Ejecutivos de Ventas	8
2.4.1	Atención y Servicio al Cliente	8
2.4.2	Conocimiento y presentación del producto	9
2.4.3	Uso de Técnicas de Ventas	10

2.5	Proyecto Habitacional	11
2.6	Antecedentes Históricos del Proyecto Habitacional Residenciales Jardines del Norte	11
2.7	Normas de Urbanización	13
2.7.1	Reglamento específico de normas de urbanización y construcción de Proyectos habitacionales de Interés social del municipio de Guatemala	13
2.8	Plan de Ordenamiento Territorial	17
2.9	Formas de Organización Vecinal o Comunitaria	19
2.10	Concepto de Asociación de Vecinos	19
2.11	Procedimiento para la creación de Asociación de Vecinos	20
2.12	Conceptos de Comunicación	21
2.13	Elementos de la Comunicación	22
2.13.1	Emisor	23
2.13.2	Receptor	23
2.13.3	Mensaje	23
2.13.4	Canal	23
2.13.5	Código	23
2.13.6	Referente	24
2.13.7	Contexto	24
2.13.8	Retroalimentación	24
2.14	Comunicación Interpersonal	24
2.15	Comunicación Organizacional	25
2.15.1	Comunicación Interna	27
2.15.2	Comunicación Externa	28

## **CAPÍTULO III**

### **3. MARCO METODOLÓGICO**

3.1	Método	30
3.2	Tipo de Investigación	30
3.3	Objetivos	30
3.3.1	Objetivo General	30
3.3.2	Objetivos Específicos	30
3.4	Técnica	31
3.5	Instrumento	31
3.6	Población	31
3.7	Muestra	32
3.8	Procedimiento	32

## **CAPÍTULO IV**

### **4. ANÁLISIS Y RESULTADOS**

4.1	Diagnóstico de Comunicación sobre la Situación del Proyecto	33
4.1.1	¿Qué es el FODA?	33
4.1.2	Características del FODA	34
4.1.3	FODA del Proyecto Habitacional Residenciales Jardines del Norte	34
4.2	Resultados	36
4.3	Propuesta de Comunicación para el Proyecto Residenciales Jardines del Norte	45
4.3.1	Reuniones periódicas entre los diferentes públicos	45
4.3.2	Material informativo de apoyo para la Administración	45
4.3.3	Material de apoyo para Ejecutivos de Ventas	46
4.3.4	Reglamento de la Asociación de Vecinos	48

4.4	Resumen de Costos para Estrategia de Comunicación	53
-----	---	----

## **CAPÍTULO V**

5.1	CONCLUSIONES	54
5.2	RECOMENDACIONES	55

## **CAPÍTULO VI**

6.1	BIBLIOGRAFÍA CONSULTADA	56
6.2	BIBLIOGRAFÍA DE APOYO	59
6.3	ANEXOS	61

## ÍNDICE DE CUADROS

		<b>Página</b>
Cuadro No. 1	Normativas del Plan de Ordenamiento Territorial	18
Cuadro No. 2	FODA del proyecto habitacional Residenciales Jardines del Norte	35
Cuadro No. 3	Resumen de Costos para Estrategia de Comunicación	53

## ÍNDICE DE GRÁFICAS

	<b>Página</b>
Gráfica No. 1	
¿Cuál es su rango de edad?	37
Gráfica No. 2	
¿Cuál es el sexo del entrevistado?	38
Gráfica No. 3	
¿Cuántos años tiene de pertenecer al proyecto habitacional Residenciales Jardines del Norte?	39
Gráfica No. 4	
¿Con cuál de estos grupos tiene usted más comunicación?	40
Gráfica No. 5	
¿Cómo calificaría su relación con el grupo que seleccionó en el numeral anterior?	41
Gráfica No. 6	
¿Cuál es la forma más fácil de comunicarse con usted?	42
Gráfica No. 7	
¿Cuál de estos medios le gustaría que se utilizara al comunicarse con usted?	43
Gráfica No. 8	
De las opciones que se presentan a continuación, ¿cuál cree que sería conveniente mejorar?	44

## RESUMEN

<b>TÍTULO</b>	Diagnóstico y Propuesta de Comunicación entre Administración, Ejecutivos de Ventas y Vecinos del Sector II del Proyecto Habitacional Jardines del Norte
<b>AUTOR</b>	María de los Angeles Larios León
<b>UNIVERSIDAD</b>	San Carlos de Guatemala
<b>UNIDAD ACADÉMICA</b>	Escuela de Ciencias de la Comunicación
<b>PROBLEMA INVESTIGADO</b>	¿Cómo es posible unificar las comunicaciones entre administración, ejecutivos de ventas y vecinos del sector II, permitiendo un mejor entendimiento entre las partes?
<b>INSTRUMENTOS UTILIZADOS</b>	Documentación bibliográfica, entrevistas de profundidad, FODA y cuestionarios.
<b>RESULTADOS Y CONCLUSIONES</b>	El diagnóstico inicial permitió establecer las áreas de fortaleza y debilidad que existían y posteriormente se procedió a elaborar una propuesta de comunicación en la cual todos formen parte activa del proyecto habitacional, trabajando en equipo y logrando mejorar su calidad de vida actual, lo cual es posible alcanzar a través de una comunicación clara en la que todos participen y aporten.

## INTRODUCCIÓN

Día a día los seres humanos se basan en un factor importante como lo es: **la comunicación**. Este acto se efectúa mediante el intercambio de información, el cual a su vez permite realizar el proceso de retroalimentación en donde se pueden conocer las necesidades explícitas del interlocutor.

Según Zorín(1984:6) “Comunicación es todo proceso de interacción social por medio de símbolos y sistema de mensajes. Incluye todo proceso en el cual la conducta de un ser humano actúa como estímulo de la conducta de otro ser humano”.

Dentro del complejo habitacional Residenciales Jardines del Norte, se pudo observar que existen los siguientes grupos: La administración, ejecutivos de ventas y vecinos que conforman el sector II; esta comunidad diariamente convive en un mismo territorio, teniendo necesidades e intereses comunes, los que se ven afectados por un manejo inadecuado en sus comunicaciones.

Este proyecto se elaboró con el objeto de interesar al lector en conocer la importancia de establecer un flujo de comunicación viable entre distintas audiencias; lo que genera cambios de actitud en sus actores, mejora su comunicación y participación en el grupo, establece confianza y buenas relaciones, además de que permite trabajar de forma organizada y estructurada para alcanzar una meta en común.

## CAPITULO I

### 1.1 Antecedentes

Cabe mencionar que no existe ninguna investigación previa que se refiera a un diagnóstico y propuesta de comunicación para las audiencias conformadas por la administración, ejecutivos de ventas y asociación de vecinos de un proyecto habitacional. En Guatemala, un proyecto habitacional está conformado por un número mayor a 500 viviendas donde las personas que las habitan conviven dentro de un mismo entorno manteniendo una comunicación constante permitiendo solucionar posibles inconvenientes.

Al constatar que no se ha realizado ningún tema que involucre a todas las audiencias arriba especificadas, se decidió explorar información como tesis anteriores que proporcionan detalles sobre diagnóstico y propuesta de comunicación para otras entidades:

“Diagnóstico y propuesta de Comunicación/ Relaciones públicas del Centro Cultural Miguel Ángel Asturias”, trabajo de tesis por Bianka Adriana Cabrera en 2001, en el cual se menciona el modelo asimétrico de dos vías con el propósito principal de lograr que las audiencias seleccionadas acepten el punto de vista sostenido por una organización.

“Diagnóstico y Propuesta de Comunicación Alternativa en el Centro de Atención Médica Integral para Pensionados (CAMIP),” trabajo de tesis de Mayra Elizabeth Velásquez Paz en 2008. Se menciona la teoría de Interiano, en donde la comunicación es un fenómeno de interacción social. Esto es un hecho indiscutible pues toda sociedad, para su desarrollo, necesita establecer relaciones entre los hombres y estos con sus instituciones. Para ello debe utilizar la comunicación en cualquiera de sus manifestaciones.

“Los Comités Únicos de Barrio -CUB- una estrategia municipal de organización comunitaria en la Colonia Sabana Arriba, Zona 17 de la Ciudad de Guatemala”, tesis de Blanca Margarita Valiente Villatoro en 2008; en este documento se menciona la importancia de la participación comunitaria por parte de los habitantes de la colonia Sabana Arriba, zona 17.

Estos informes contribuyen con su conocimiento para poder ejecutar un diagnóstico y propuesta de comunicación adecuada al tema central de este proyecto.

## 1.2 Justificación

Se trabajó en el proyecto habitacional Residenciales Jardines del Norte, debido a que es un complejo habitacional conformado por 707 casas, dividido en 6 sectores. Cuyo objetivo primordial es ofrecer viviendas a un precio económicamente accesible, esto se pudo observar al comparar los otros proyectos habitacionales que se encuentran a su alrededor; además posee un ambiente agradable para sus habitantes asegurando su calidad de vida.

Solamente se tomaron en cuenta los vecinos del sector II, por ser la parte que actualmente está promoviendo el departamento de ventas además de encontrarse en fase de construcción; esto permite que se establezcan nuevos procesos de organización y comunicación. El sector I del residencial ya fue entregado a sus habitantes contando con su propia estructura organizacional.

Debido a la cantidad de personas que habitan en el lugar se consideró importante establecer una comunicación abierta entre administración, ejecutivos de ventas y vecinos del sector II de forma que todos puedan llegar a entenderse; así como comprender las funciones que realiza cada grupo, lo que a futuro ayuda a prevenir malos entendidos y solucionar posibles problemas que pudieran surgir en la relación de estos grupos.

Al momento de ayudar a establecer una comunicación clara y de dos vías se puede observar cambios de actitud entre los actores, lo que se traduce en una mejor calidad de vida.

### 1.3 Planteamiento del Problema

El proyecto habitacional de Residenciales Jardines del Norte Sector II, es administrado por Olympus Ventas Inmobiliarias y comercializado por Grupo Inmobiliario Micasa.

Debido a que el giro del negocio y los objetivos de estas dos compañías son distintos, existen algunos problemas a nivel comunicacional como los que se mencionan a continuación:

- Cada compañía elabora sus propios mensajes comunicacionales de acuerdo a sus propios objetivos empresariales lo que crea confusión al ser entendida por los vecinos.
- No se ha llegado a un acuerdo para que la administración y los ejecutivos de ventas del proyecto habitacional, puedan elaborar una estrategia de comunicación para trasladar información de forma integral.
- La falta de mensajes estructurados entre las compañías antes mencionadas afecta de forma directa a los vecinos del sector II, quienes no tienen claro cómo solucionar algunos temas administrativos que se derivan al momento de comprar una vivienda, documentos legales que deben firmar, trámites de contratación de servicios así como la participación en la asociación de vecinos.

Por lo tanto, surge la siguiente interrogante: ¿Cómo es posible unificar las comunicaciones entre administración, ejecutivos de ventas y vecinos del sector II, permitiendo un mejor entendimiento entre las partes?

Al conversar con los representantes de la administración, ejecutivos de ventas y vecinos del sector II, se pretendió establecer una comunicación horizontal, en donde todos formen parte activa e integral sobre el desarrollo comunitario del sector.

## **1.4 Alcances y Límites del Tema**

### **Objeto de estudio**

Conocer el flujo de comunicación entre administración, ejecutivos de ventas y vecinos del sector II.

### **Ámbito geográfico**

La investigación se desarrolló en Residenciales Jardines del Norte Sector II, Km. 9.5, Calle Real de Las Tapias, zona 18.

### **Ámbito institucional**

Olimpus Ventas Inmobiliarias, Grupo Inmobiliario Micasa y Asociación de Vecinos.

### **Ámbito poblacional**

Las personas que conforman la administración, ejecutivos de ventas y vecinos del sector II del complejo habitacional.

### **Ámbito temporal**

La investigación se llevó a cabo en el año dos mil doce.

### **Límites**

En este proyecto solamente se tomó en cuenta a la administración, ejecutivos de ventas y vecinos del sector II; no se incluyó a los habitantes del sector I, debido a que ellos ya cuentan con su propia estructura organizacional.

## **CAPITULO II**

### **2.1 Administración**

Es el proceso de manejar varias actividades relacionadas entre sí, con el objeto de alcanzar un objetivo específico.

Según Jiménez Castro, Wilburg (1991:21): "La administración como una ciencia social está compuesta de principios, técnicas y prácticas y cuya aplicación en conjuntos humanos permite establecer sistemas racionales de esfuerzo cooperativo, a través de los cuales se pueden alcanzar propósitos comunes".

Los mayores aportes en este tema, fueron realizados por Henry Fayol y Frederick W. Taylor. El primero consideraba que la administración debe ser de forma descendente, en base a la organización jerárquica; es decir que las decisiones son tomadas por los niveles superiores de la compañía y puestas en práctica por los niveles medios e inferiores de la organización, refiriéndose a la autoridad y responsabilidad de cada individuo.

Por otro lado, el segundo proponía organizar a las personas dentro de la institución a través de su especialización, lo que permite que una persona desarrolle un rol determinado pero atendiendo las instrucciones de varios jefes de diferentes departamentos.

Algunas funciones básicas de la administración son:

#### **2.1.1 Planeación:**

Es el principio del proceso, en esta fase se define el tema que se tratará, ubicación, equipo necesario, distribución de grupo de trabajo, todo lo indispensable en cuanto a insumos y personas para llevar a cabo el objetivo que se ha planteado.

Posteriormente, se elabora un plan de trabajo detallado para realizar las acciones que se han determinado.

### **2.1.2 Organización:**

Esta es la acción en donde se establecen los pasos que serán necesarios para poder alcanzar la meta u objetivo que se han propuesto.

### **2.1.3 Dirección:**

Se asignan las tareas que cada participante llevará a cabo, proporcionando parámetros y lineamientos con miras en alcanzar el objetivo que se ha planteado.

### **2.1.4 Control:**

Supervisa de manera continua, las tareas asignadas para confirmar que estén alineadas al plan de trabajo y que se efectúen de forma correcta, así como asegurar que cumplan su cometido.

## **2.2 Departamento Administrativo**

El departamento administrativo esta regularmente dirigido por un gerente o jefe de departamento. Esta persona es la encargada de evaluar, controlar y manejar muchos de los procesos que se llevan a cabo dentro de la compañía. Permitiendo un buen funcionamiento estructural en cuanto a recursos materiales y humanos.

Mantiene una relación estrecha con temas relacionados como son: finanzas, compras, proveedores, servicios, acreedores, mantenimientos, clientes, facturación, cafetería, servicios de outsourcing, y contratos.

Gracias a la labor que desempeñan las personas de este departamento, la compañía puede alcanzar sus objetivos, solucionar inconvenientes e implementar políticas que contribuyan a un continuo desarrollo.

## **2.3 Ejecutivos de Ventas**

Se decidió incorporar a este grupo debido a que ellos son el primer contacto que tiene la persona que va a adquirir una vivienda en el proyecto residencial, además de proporcionarle toda la información que pueda necesitar para comenzar el trámite de adquisición del inmueble.

A lo largo de su trabajo los ejecutivos de ventas establecen muchas relaciones interpersonales convirtiéndose en jefes y supervisores de los detalles de los productos que ofrecen al cliente. Cada día deben hacer uso de la empatía, dar seguimiento a varias tareas así como estar a la vanguardia en todos los temas relacionados con su entorno para poder solucionar cualquier duda o inconveniente que surja durante el proceso de negociación.

Dentro de sus características se encuentran: Control de sí mismo, facilidad para hablar en público, empatía y creatividad.

Se encargan de presentar los productos o servicios de la compañía, convenciendo a los posibles clientes de preferirlos en lugar de la competencia; por lo que, durante el proceso de ventas es necesario ofrecer información clara y precisa, realidades y beneficios, atendiendo las necesidades del cliente para así concretar el negocio.

## **2.4 Funciones de los Ejecutivos de Ventas**

Algunas de las actividades que deberá realizar el ejecutivo de ventas, al momento de establecer una relación comercial (ejecutivo-cliente), son las siguientes:

### **2.4.1 Atención y Servicio al Cliente**

Este es el contacto inicial que se realiza con el cliente, al momento de establecer una relación comercial.

Durante este proceso la principal acción es el entendimiento que se tenga de las necesidades o gustos que presente el cliente. El éxito que se tenga para poder satisfacer las necesidades está relacionado con los siguientes aspectos:

- **Escuchar:** Esta característica es de gran importancia al momento de interactuar con un interlocutor, debido a que permite determinar cómo piensa, sus gustos, necesidades y estilo de vida. A menudo se comete el error de no escuchar atentamente, lo que puede provocar un entendimiento inadecuado en las solicitudes del emisor, lo cual producirá una respuesta negativa.
- **Empatía:** La empatía es considerada como la actitud de colocarse en la situación de la otra persona en una circunstancia determinada, esto permite entender de forma amplia lo que sucede con la otra persona y cómo le gustaría que fuera resuelto.
- **Comunicación:** Al momento de comunicarse con el interlocutor es necesario ser claro, abierto, conciso y tener un tono agradable para evitar problemas y malos entendidos durante el proceso.
- **Tacto:** Se refiere al comportamiento en general que un individuo presenta ante su interlocutor, se relaciona con el lenguaje corporal, uso de expresiones verbales, además de que se respete el espacio y opinión durante el desarrollo de la conversación.

#### **2.4.2 Conocimiento y presentación del producto**

Para que se pueda ofrecer un bien o servicio es necesario que se tenga pleno conocimiento delo que se está ofreciendo; si es así, se verá reflejado al momento de efectuar la presentación al cliente.

Se aprovecha esta oportunidad para poder dar a conocer los beneficios y establecer las ventajas que se tiene en comparación con la competencia.

A continuación se plantean algunas características que pueden provocar buenos resultados al momento de efectuar la presentación:

- Seguridad y confianza
- Preparación de información
- Amabilidad
- Profesionalismo
- Buena presentación personal

Cuando el cliente tiene toda la información del producto, bien o servicio, corresponde el esperar la decisión de compra que ha tomado. Hay que considerar que si la información que se le proporcionó llena todas sus expectativas y necesidades, éste se quedará.

Como parte fundamental para la preferencia del cliente, es indispensable conocer sus motivaciones o motivación de compra la cual puede basarse en el pensamiento racional, emotivo o afectivo.

### **2.4.3 Uso de Técnicas de Ventas**

Como un factor determinante para poder aplicar la técnica de venta adecuada, será necesario conocer primero al cliente con que se está tratando. Esto implica hacer un análisis objetivo, tomando en consideración los siguientes aspectos: estilo de vida, nivel socioeconómico, educación, gustos y preferencias, personalidad; de esta forma la estrategia será efectiva para poder cerrar cualquier negociación.

Las técnicas de ventas surgen de la necesidad de persuadir al comprador a que adquiera el producto o servicio. A continuación se mencionarán algunas:

- **Estímulo- respuesta:** Es cuando el vendedor se acerca al cliente, formulando una pregunta con el objeto que la misma sea contestada; esta crear un vínculo e interés entre el emisor y el receptor.
- **Venta personal:** En este contexto se maneja una interacción cara a cara (vendedor- cliente) en donde se puede conocer al comprador y lograr intercambiar puntos de vista e interesarlo en adquirir el producto.
- **Estados de ánimo:** La idea es lograr llamar la atención del cliente, captar su interés, establecer su deseo y por último que realice la acción de compra.
- **Satisfacción de las necesidades:** En la actualidad es la más utilizada por los expertos de marketing, se enfoca en brindar servicio al cliente para poder proceder a detectar sus necesidades, luego hacerle conciencia al comprador de la existencia de éstas y convencerlo de que el producto o servicio que se le está ofreciendo es la solución.

## **2.5 Proyecto Habitacional**

Es un conjunto de viviendas edificadas por una institución pública o privada, que contiene uno o varios diseños de construcción; con el objeto de crear un ambiente favorable para cumplir con las necesidades planteadas del grupo objetivo al cual va dirigido contando con la autorización y supervisión gubernamental lo que a la vez certifica que cumplen con todos los requisitos de ley.

## **2.6 Antecedentes Históricos del Proyecto Habitacional Residenciales Jardines del Norte**

El proyecto habitacional Residenciales Jardines del Norte se encuentra ubicado en la ciudad capital en el kilómetro 9.5 Calle Real Las Tapias, zona 18 .Cuenta con una extensión territorial de 945,219.70vr<sup>2</sup> y anteriormente formaba parte de la granja La Estancia.

En la actualidad se encuentra colindado por la Lotificación La Estancia Feliz al norte, al este por Lotificación Loma Real y al oeste por Canaán y al sur por Residenciales Jardines del Rosario.

Las primeras construcciones de viviendas realizadas en el proyecto fueron edificadas alrededor del año 2000, desarrolladas por parte de Foguavi y el FHA. Su estructura era pequeña y constaba de 60mts<sup>2</sup> con los servicios básicos y el nivel socioeconómico al cual estaban dirigidas era el “C”<sup>2</sup>.

El financiamiento bancario para el desarrollo de este proyecto que originalmente estaba conformado por seis sectores fue otorgado por el Banco del Café a través del fideicomiso Motagua. Sin embargo, después de haber entregado 76 viviendas abandonaron el mismo, posteriormente ocurrió la bancarrota del Banco del Café por lo que el fideicomiso fue trasladado a Banrural.

El Grupo Olympus Ventas Inmobiliarias fue quien se interesó en comprar los primeros 3 sectores y desde el 2001 iniciaron el desarrollo de viviendas que se ofrecen actualmente a los clientes del sector I, II y III, las cuales están dirigidas a un nivel socioeconómico “C”, “C+”<sup>3</sup> y “B”<sup>4</sup>.

Además, por el momento esta compañía trabaja conjuntamente con Grupo MiCasa, quien es la entidad encargada de promocionar las ventas de las viviendas, además de encargarse de la parte de mercadeo de las mismas.

<sup>2</sup> Hace mención a las personas con un nivel socioeconómico medio que habitan dentro de la población del país de Guatemala.

<sup>3</sup> Nivel socio económico medio con ingresos mayores al de C

<sup>4</sup> Nivel socioeconómico alto dentro de la población de Guatemala

Los sectores del IV al VI son propiedad del dueño de la empresa Aguas de Horeb, que es la entidad encargada de proveer el servicio de agua potable a los vecinos del residencial. Al preguntarle al Ing. Mario González, Administrador del proyecto Habitacional, el por qué no adquirió estos sectores, comentó que se debió a la topografía inclinada que tienen, lo que requeriría de ellos una considerable inversión y después de mucho análisis por parte de la compañía decidieron deshacer la negociación inicial de adquirir estos.

Por el momento la urbanización cuenta con un número de 350 casas, debido a que el sector II se encuentra en fase de construcción.

## **2.7 Normas de Urbanización**

Se refiere a los reglamentos tomados en consideración para poder realizar la construcción de viviendas la cual está conformada por servicios de agua potable, electricidad, transporte, pavimentación y aceras, además de la recolección de residuos que son indispensables para las personas que habitarán el lugar.

### **2.7.1 Reglamento específico de normas de urbanización y construcción de proyectos habitacionales de interés social del municipio de Guatemala**

Como base para este proyecto se tomaron los artículos: 4, 16, 58, 70 y 88, correspondientes al Reglamento específico de normas de urbanización y construcción de Proyectos habitacionales de interés social del municipio de Guatemala.

Los artículos mencionados anteriormente ampliarán el conocimiento que se tiene en cuanto a los lineamientos adecuados para el desarrollo y construcción de un proyecto habitacional en el municipio de Guatemala.

Además se consideró que era importante verificar que estas normas sean cumplidas en el desarrollo del proyecto habitacional Residenciales Jardines del Norte.

Se hace referencia literal de los artículos:

**Artículo 4o.:** Se entenderá por urbanización residencial a la habilitación de tierras mediante la dotación de infraestructura, servicios públicos y equipamiento urbano, con el fin de destinarlas a la construcción de viviendas. Las urbanizaciones residenciales de interés social se clasificarán en función, principalmente de la densidad de lotes, en la forma siguiente:

a. **URBANIZACION RESIDENCIAL R-1:** De baja densidad de lotes, con 19 a 22 metros cuadrados de área de vivienda por persona.

b. **URBANIZACION RESIDENCIAL R-2:** De media-baja densidad de lotes, con 16 a 19 metros cuadrados de área de vivienda por persona.

c. **URBANIZACION RESIDENCIAL R-3:** De media densidad de lotes, con 13 a 16 metros cuadrados de área de vivienda por persona.

d. **URBANIZACION RESIDENCIAL R-4:** De media-alta densidad de lotes, con 10 a 13 metros cuadrados de área de vivienda por persona.

e. **URBANIZACION RESIDENCIAL R-5:** De alta densidad de lotes, con 7.5 a 10 metros cuadrados de área de vivienda por persona.

Para los fines de estas disposiciones las urbanizaciones anteriores se organizan en lotes residenciales unifamiliares o bi-familiares y lotes residenciales multi-familiares.

Se considera como urbanización residencial, unifamiliar o bi-familiar, a todo fraccionamiento o lotificación destinada a la construcción de una o dos viviendas por lote.

Se consideran urbanizaciones multifamiliares aquellas que contemplen el uso multifamiliar de la propiedad en condominio horizontal, sobre un súperlote; la forma de condominio y su desarrollo interior está regida por medio de un reglamento especial.

Las urbanizaciones unifamiliares y bi-familiares se registrarán, para las áreas de los lotes, de acuerdo al:

**Artículo 11o.:** Todos los tipos de urbanización contarán con sistema de alumbrado público y acometidas domiciliarias de energía eléctrica, tratamiento adecuado de calles, sistema de drenajes de agua de lluvia, sistema de drenajes de aguas negras y sistema de agua potable.

**Artículo 16o.:** En lo referente al pavimento del ancho de rodadura de las calles y parqueos, todas las urbanizaciones se registrarán por las directrices técnicas, normas y especificaciones que establezca la Dirección de Mantenimiento y Ejecución de Obras de la Municipalidad de Guatemala.

**Artículo 58º.** Equipamiento Urbano a los espacios destinados a las actividades y los servicios de la población, en consecuencia su uso tiene carácter comunitario, está conformada por: área deportiva, áreas verdes, escuelas, centro de salud, centro social y otras necesidades urbanas de la población que requieran tierra o edificaciones. El equipamiento urbano se divide por razones de escala poblacional y tipo de urbanización en equipamiento básico y equipamiento complementario.

a. **ÁREAS DE EQUIPAMIENTO BÁSICO:** Son los espacios requeridos que llenan como mínimo las necesidades básicas de esparcimiento, deportes y educación.

b. **EQUIPAMIENTO COMPLEMENTARIO:** Son los espacios o edificaciones desarrolladas en las áreas destinadas a usos comunales, como servicios, salud y comercio.

Todos los tipos de urbanización están obligados a proveer áreas de terreno adecuadas para ubicar el equipamiento urbano de conformidad con su área o dimensión y volumen de población las áreas que se destinen a los equipamientos no podrán ser cambiadas de uso ni de localización.

**Artículo 70o.:** En caso de construcción de vivienda, se autorizará como mínimo construir desde un ambiente de usos múltiples, con 2.70 metros de lado menor y 11.34 metros cuadrados; deberá tener anexo un ambiente para baño, con dimensiones mínimas y localizado según el proyecto completo aprobado. En estos casos el promotor presentará a la Unidad de Planificación Urbana por medio de su dependencia correspondiente, para su aprobación dos opciones de diseño para la vivienda completa, a las cuales deberán adecuarse las futuras ampliaciones.

**Artículo 88o.:** Las disposiciones relativas a vivienda de interés social o de Quinta Categoría se aplicarán a todas las urbanizaciones calificadas como de interés social, que a la vigencia del mismo, no hayan sido aprobadas por la Municipalidad de Guatemala.

Las gestiones para su aprobación tendrán que hacerse dentro del término de 18 meses a partir de entrar en vigencia las presentes disposiciones. En caso de incumplimiento, los promotores se harán acreedores a las sanciones establecidas en el artículo 168 del 1143 "Reglamento de Urbanizaciones y Fraccionamientos en el Municipio y Área de Influencia de la Ciudad de Guatemala".

Los artículos citados anteriormente permiten establecer de forma clara cuales son las estipulaciones que comprenden los proyectos habitacionales, así como algunas de sus responsabilidades en cuanto a generar un ambiente propicio para sus habitantes, así como las condiciones adecuadas para que convivan.

## 2.8 Plan de Ordenamiento Territorial

Es un sistema elaborado por la Municipalidad de Guatemala con el objeto de regular y orientar la forma en cómo se desarrolla el desplazamiento territorial; este permite que los vecinos e inversionistas conozcan el comportamiento del lugar en que habitan, valiéndose de temas como: nivel de área (urbana o rural), transporte, densidad e intensidad de construcción.

Según el Plan de Desarrollo Metropolitano de la Municipalidad de Guatemala 2004 ([http://pot.muniguate.com/docts\\_soporte/04\\_objetivos\\_del\\_pot.php](http://pot.muniguate.com/docts_soporte/04_objetivos_del_pot.php)), estos son los 10 objetivos del POT:

- Incentivar acceso a la vivienda y diversidad en la oferta de la misma.
- Promover altas intensidades de construcción donde exista una adecuada oferta de transporte.
- Limitar construcción en zonas de alto riesgo y proteger zonas naturales e históricamente valiosas.
- Garantizar la participación ciudadana en el ordenamiento territorial local.
- Garantizar la compatibilidad entre edificaciones y usos de inmuebles cercanos.
- Incentivar usos del suelo mixtos.
- Crear espacios públicos con alta vitalidad urbana.
- Promover una red vial interconectada.
- Dar certeza al propietario y al inversionista, promoviendo además las prácticas urbanísticas deseadas a través de incentivos.
- Asegurar los recursos necesarios para la inversión municipal.

Cabe resaltar que en el país de Guatemala, por el momento, no existe una ley directa con respecto a este tema sino un conjunto de normativas y reglamentos que informan cuáles son los pasos a seguir para cumplir con los requisitos solicitados.

A continuación se presentan algunos documentos relacionados con el Plan de Ordenamiento Territorial.

### **Cuadro No. 1 Normativas del Plan de Ordenamiento Territorial**

<p><b>Leyes que introducen criterios de compartimentación territorial y definen el marco espacial de las políticas públicas.</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Ley preliminar de regionalización (1986)</li><li>- Código municipal (2002)</li><li>- Ley general de descentralización (2002).</li></ul>
<p><b>Leyes que regulan el funcionamiento de las instituciones y/o entidades con responsabilidad en el ámbito de la planificación territorial.</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Ley de los consejos de desarrollo urbano y rural (2002).</li><li>- Código municipal (2002)</li><li>- Ley general de descentralización (2002).</li></ul>
<p><b>Leyes sectoriales de incidencia territorial directa.</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Ley de áreas protegidas y sus reformas (1989)</li><li>- Ley de protección y mejoramiento del medio ambiente (1995)</li><li>- Ley de tránsito (1996)</li><li>- Código de salud (1997)</li></ul>
<p><b>Leyes de finalidad urbanística.</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Ley preliminar de urbanismo (1956)</li><li>- Ley parcelamientos urbanos (1961)</li><li>- Ley de vivienda y asentamientos humanos (1996)</li></ul>

*Fuente: Planificación y ordenación territorial en Guatemala: revisión de su marco legal e institucional y propuesta para su mejora y desarrollo. Rodríguez González, Román y Aldrey Vásquez, José Antonio. 2007*

Según conversación telefónica sostenida con Sergio Reyes, de la Oficina de Planeación y Ordenamiento Territorial de la Municipalidad de Guatemala (5 de mayo 2012), al momento de que algún proyecto inmobiliario desee comenzar a desarrollar un proyecto habitacional, es necesario presentar a esa oficina una serie de documentos relacionados con la infraestructura del lugar, estudios de impacto ambiental y geológicos para que se proceda a designar a un supervisor de caso, quién será el encargado de verificar que se esté cumpla con las normativas del caso.

## **2.9 Formas de Organización Vecinal o Comunitaria:**

De acuerdo con el Concejo de la Municipalidad de Guatemala, resolución No. COM-020-08, (<http://mu.muniguate.com/index.php/component/content/article/29-ordenanzas/162-crearregistrosociacionesvecinos>) se reconocen las siguientes formas de organizaciones:

- Asociación de Vecinos.
- Asociaciones Comunitarias para el Desarrollo.
- Asociaciones de las Comunidades de los Pueblos Indígenas.
- Organizaciones de los Consejos Municipales de Desarrollo -COMUDES-.
- Consejos Comunitarios de Desarrollo –COCODES-.
- Comités Educativos –COEDUCAS-.

A pesar de que se presentan diversas formas de organización, para el interés del presente informe se tomó en consideración únicamente la Asociación de Vecinos.

## **2.10 Concepto de Asociación de Vecinos**

Una Asociación de Vecinos se conforma por un grupo de personas que conviven en una comunidad y que se organizan de forma legal ante las autoridades municipales y miembros de un proyecto residencial, con el objeto de representar a la población del lugar para crear normas de comportamiento que beneficien a todos los involucrados, además de realizar mejoras dentro del entorno en el cual se desenvuelven diariamente.

La asociación permite que exista una participación ciudadana activa por parte de los vecinos, logrando mejorar su calidad de vida actual además de defender sus derechos civiles.

## **2.11 Procedimiento para la creación de Asociación de Vecinos**

Según la resolución No. COM-020-08 del Concejo Municipal de Guatemala se menciona que para poder crear un registro de asociación de vecinos y otras formas de organización comunitaria se debe basar en la Constitución Política de la República de Guatemala en su artículo 34 en donde se reconoce el derecho de libre asociación, lo cual debe ser de forma voluntaria sin ningún fin de lucro.

Además esta resolución menciona: “Que de conformidad con el artículo 102 del Decreto número 90-2005 del Congreso de la República, que contiene la Ley del Registro Nacional de las Personas, reformado por los Decretos número 31-2006 y 1-2007 emitidos por ese mismo Organismo, establece que el registro, autorización e inscripción de las Asociaciones de Vecinos, Asociaciones Comunitarias para el Desarrollo, Asociaciones de las Comunidades de los Pueblos Indígenas, Organizaciones de los Concejos Municipales de Desarrollo -COMUDES-, Consejos Comunitarios de Desarrollo–COCODES-, Comités Educativos –COEDUCAS- y las Juntas Escolares, se inscribirán ante la Municipalidad del lugar que les corresponda”.

A continuación se detallan los requisitos para proceder a la creación de una Asociación de Vecinos:

- El procedimiento se llevará a cabo en la Municipalidad de Guatemala a cargo de la Dirección de Desarrollo Social.
- Deberá de estar conformado por representantes jurídicos de la colonia o proyecto habitacional.
- Dentro de las características de los representantes legales de la Asociación están: Ser guatemalteco de origen; mayor de edad y de reconocida honorabilidad.
- Se habilitará un libro de actas y cuentas para llevar control de la Asociación.

- Se creará estatutos o reglamentos por parte de la Asociación para los vecinos.

Para tener una mejor organización en cuanto a la Asociación de Vecinos, se puede realizar una asamblea con los vecinos del lugar y proponer que se conforme una Junta Directiva, ellos a la vez podrán nominar a los candidatos para participar. Los cargos disponibles son:

- Presidente
- Vice-Presidente
- Secretaria (o)
- Tesorero
- Vocal I
- Vocal II

El período de duración de la Junta Directiva debe ser de un año completo, con posibilidad de reelegir a los miembros que formaron parte de ella anteriormente.

## **2.12 Conceptos de Comunicación**

Se presentan a continuación una serie de conceptos teóricos sobre qué es comunicación, escritos por diferentes autores, lo que permitió tener un mayor entendimiento sobre el tema.

Para Berlo (1986:81), “La comunicación es un valor de interlocución, de poder, de influencia, de control. La eficacia o ‘fidelidad’ de la comunicación, no obstante, está sujeta a estrategias y no produce resultados ciertos, sino que puede estar avocada al fracaso generalmente por incompatibilidad entre el propósito de quien emite y la disposición de quien recibe. La eficacia, radica en buena medida en eliminar, en un sentido amplio del término, los ‘ruidos’ que pueden distorsionar el propósito comunicacional”.

Tortoriello R. (1978:9) “Comunicación es un proceso interactivo en donde el significado es estimulado a través del envío y recibimiento de mensajes verbales y no verbales.”

Vargas (en Martínez de Velasco Alberto y Abraham Nosnik 1988:12) “La comunicación es un proceso por medio del cual una persona se pone en contacto con otra a través de un mensaje, y espera que esta última dé una respuesta, sea una opinión, actitud o conducta”.

Los conceptos anteriores, indican de forma clara qué es comunicación, además de los ambientes donde se da este proceso y los propósitos que se desean alcanzar al mantener una interacción personal. Por lo tanto, se puede resumir que comunicación es: ***Un proceso de interacción entre dos personas o más, que permiten intercambiar información y mensajes utilizando diferentes medios, los que promueven el diálogo generando una puesta en común.***

Para el ser humano sería imposible vivir sin comunicarse, debido a que ésta corresponde a una necesidad básica en su ser, permitiendo interactuar con los que los rodean diariamente. Muchos comunicólogos se refieren a ella como: ***El Oxígeno de la Sociedad***, debido a lo vital que es su función.

Díaz Bordenave, etal (2004:246-247) afirman que: ***“Es aquella que facilita los procesos de diálogo a través de los cuáles las personas definen quiénes son, qué desean, qué necesitan y cómo pueden actuar colectivamente para satisfacer sus necesidades y mejorar sus vidas. Apoya a los procesos de toma de decisiones y acción colectiva en las bases de la sociedad construyendo ambientes de comunicación favorables para el crecimiento del poder de la sociedad”.***

Se eligió el mismo como fundamento debido al énfasis que se realiza en la importancia que tiene el diálogo entre el emisor y receptor, además de indicar cómo esta relación afecta sus actitudes y entorno.

## **2.13 Elementos de la Comunicación**

La comunicación humana se considera como el factor más importante que puede existir en el proceso de interacción personal; sin embargo, a través de la historia, se han presentado varios modelos por parte de diferentes personas; indicando el proceso que se realiza así como los componentes que la conforman. Algunos de los precursores en este tema fueron: Harold Dwight Laswell (1948); Shannon y Weaver (1948-1949); David Berlo (1960); Riley y Riley(1951).

Según el autor del libro “Principios de Comunicación” Carlos González (1992), el llevar a cabo un proceso de comunicación eficiente a continuación se presenta los siguientes elementos:

### **2.13.1 Emisor:**

Es toda aquella persona que emite mensajes, ideas y símbolos, él o ella son el encargado de abrir el proceso de comunicación.

### **2.13.2 Receptor:**

Se refiere a la persona que se encuentra del otro lado, que espera recibir los mensajes, ideas y símbolos enviados por parte del emisor.

### **2.13.3 Mensaje:**

Son las palabras, escritos o imágenes que son enviadas por el emisor con el fin de comunicarse. Se cree que estos están ligados íntimamente con los estados de ánimos de quién los envía.

### **2.13.4 Canal:**

Es la forma en que el emisor envía el mensaje al receptor. Algunos ejemplos podrían ser: cartas, periódicos, conversaciones por internet, señales de tránsito, revistas, publicidad.

### **2.13.5 Código:**

Indica la forma en que se da el mensaje este puede ser a través de las siguientes formas: Verbal, escrito, simbólico.

### **2.13.6 Referente:**

Hace referencia de lo que trata el mensaje, es una forma de asociación del mensaje con el contexto.

### **2.13.7 Contexto:**

Se refiere al lugar en donde se lleva a cabo el proceso de comunicación, por ejemplo: Oficina, colegio, parques, supermercados.

### **2.13.8 Retroalimentación:**

Es el proceso final de la comunicación, el intercambio de comunicaciones efectuadas por el emisor y receptor logrando llegar a tener un entendimiento mutuo; se le conoce también como feedback.

## **2.14 Comunicación Interpersonal**

Este es un proceso en donde las personas se comunican cara a cara, logrando establecer una relación directa al momento de transmitir y recibir mensajes. Aquí la idea central es la percepción; es decir, cómo somos vistos por los demás y a la vez que piensan de nosotros; por eso es importante considerar factores como: Adecuado uso de las palabras, nivel del lenguaje, tono y manera. La clave para mantener una buena relación en este nivel es el respeto por el interlocutor.

Cuando existe respeto en una relación, se puede conversar, intercambiar puntos de vista y estar abiertos al diálogo; a su vez esto facilita la resolución de conflictos y hace más fácil la toma de decisiones en cualquier momento, debido a que se tienen ideas claras sobre la situación que se presenta.

Según Maurial (2008), en lo referente a la conferencia sobre comunicación interpersonal realizada en la Universidad de San Martín de Porres, para que ésta pueda ser exitosa es necesario cumplir los siguientes requisitos:

- Que el emisor merezca credibilidad.
- Que el emisor conozca las motivaciones y actitudes del receptor.
- Que el clima organizacional al cual pertenecen el emisor y receptor sea propicio.
- Que el estado afectivo de ambos sea adecuado.
- Que el emisor y receptor sean conscientes de la situación y de su contexto.

Algunas de las técnicas que se pueden utilizar en esta clase de comunicación son:

- Empatía
- Resumen reflejo
- Sonda
- Redundancia
- Escuchar eficazmente
- Tomar notas
- Estilo
- E.T.T (Estrategia, táctica y tacto)

## **2.15 Comunicación Organizacional**

La comunicación organizacional es también conocida con los nombres de: empresarial, institucional, organizativa y corporativa. Su objetivo es el fortalecimiento de la institución a través de diversos esfuerzos en su estructura comunicacional.

Fernández Collado. (2002:27) la define como: “Un conjunto de técnicas y actividades encaminadas a facilitar y agilizar el flujo de mensajes que se dan entre los miembros de la organización, entre la organización y su medio; o bien, influir en las opiniones,

aptitudes y conductas de los públicos internos y externos de la organización, todo ello con el fin de que ésta última cumpla mejor y más rápido los objetivos”.

Regularmente esta clase de comunicación se ve reflejada en: comunicados internos y externos, campañas publicitarias, contratos de alianzas estratégicas y manuales de procedimientos y mensajes de cultura organizacional.

Alberto Valladares(<http://winred.com/negocios/cultura-organizacional/gmx-niv114-con1397.htm>) comentó que la cultura organizacional es: “Un sistema de valores compartidos y creencias que interactúan con la gente, las estructuras de organización y los sistemas de control de una compañía para producir normas de comportamiento”.

Las normas de comportamiento se establecen con el objetivo de crear un ambiente laboral armonioso en donde todos se comporten de una manera establecida sin sobrepasar los límites y respetando al compañero o vecino.

Según Idalberto, Chiavenato (1999:84) el clima organizacional es: “la cualidad o propiedad del ambiente organizacional que perciben o experimentan los miembros de la organización, y que influye directamente en su comportamiento.”

Diversos estudios efectuados en el área de recursos humanos, muestran que sí el empleador establece un ambiente de trabajo agradable, el colaborador se sentirá a gusto en su puesto de trabajo, lo que produce un mejor desempeño en las tareas que realiza, provocando estabilidad y un bajo porcentaje en la rotación de personal dentro de la organización.

La comunicación organizacional entonces, es la interacción que permite el intercambio de mensajes dentro de una organización y logra afectar el comportamiento de los individuos que se encuentran en ella; esto no se refiere solamente a la parte interna de la institución (departamentos y empleados) va más allá debido a que también se

consideran los factores externos (clientes o competencia) y en base a esto se establecen las metas y objetivos del plan anual de trabajo.

Dentro de la comunicación organizacional se encuentra la siguiente división:

### **2.15.1 Comunicación interna:**

Se refiere a los procesos comunicacionales que se realizan dentro de una empresa u organización estos mensajes provocan en el individuo las siguientes actitudes: información, entendimiento, unión, motivación y dirección; lo que permite descubrir la identidad de la institución para la cual se trabaja.

Horacio Andrade (Fernández 2002:12), proporciona el siguiente concepto de comunicación interna: “Conjunto de actividades efectuadas por cualquier organización para la creación y mantenimiento de buenas relaciones con y entre sus miembros, a través del uso de diferentes medios de comunicación que los mantenga informados, integrados y motivados para contribuir con su trabajo al logro de los objetivos organizacionales”.

Principalmente, el flujo en la comunicación interna se ejerce de forma descendente en donde los niveles superiores de la organización informan a los colaboradores sobre temas institucionales. Sin embargo, en la actualidad la tendencia con respecto a esto ha cambiado, debido a que en muchos lugares se está implementando el trabajo en forma horizontal que es un método en donde se transmite que todos los empleados son iguales.

Además, se aplica la técnica de empowerment que establece en el trabajador de un sentido de pertenencia hacia la organización; en donde no solamente envía y recibe información, o simplemente se limiten a efectuar las tareas estipuladas dentro de sus responsabilidades y roles, sino que se interesen, participen y se comprometan con las situaciones que se generan en su entorno (institución/organización).

Esta actitud genera un valor agregado que se ve reflejado en soluciones y mejoras continuas en el ámbito general de la empresa, promoviendo el trabajo en equipo y la armonía.

El material más utilizado para realizar este tipo de comunicación son: Boletines informativos, correo electrónico, revista organizacional, comunicados mensuales, pizarrones de avisos y talleres, entre otros.

### **2.15.2 Comunicación Externa:**

El giro de la comunicación externa es establecer una relación por parte de la empresa con su público objetivo externo para informar sus propósitos y fines, ejerciendo el uso de relaciones públicas, realizando eventos, promociones de marketing y publicidad lo que se convierte en la imagen corporativa.

Según Horacio Andrade (Fernández 2002:12), “La comunicación externa es el conjunto de mensajes emitidos por cualquier organización hacia sus diferentes públicos externos, encaminados a mantener o mejorar sus relaciones con ellos, a proyectar una imagen favorable o a promover sus productos o servicios”.

Parte fundamental de la comunicación externa es la Imagen Corporativa, que se refiere a cómo se desea ser percibidos por el público. En ella la compañía informa a través de los diversos medios de comunicación, mensajes relacionados a las actividades que realiza que tengan un impacto positivo.

Para poder medir cómo está la empresa vista por el público interno y externo, se puede realizar una auditoría de percepciones que es básicamente una encuesta que ayuda a elaborar un FODA<sup>1</sup>.

<sup>1</sup>Se refiere al análisis de información que se realizó para detectar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de algún tema.

Luego de que se efectúa este análisis, se prepara un documento de mensajes claves que contiene información sobre la compañía y que puede ayudar a posicionarse de forma adecuada en la mente de la audiencia.

Es importante ser cuidadoso al elaborar este documento, debido a que de acuerdo a lo que se comunique; esto podrá generar una visión positiva o negativa de la institución

## **CAPÍTULO III**

### **3.1 Método**

El método utilizado para elaborar este informe, fue el de análisis de información recaudada por medio de entrevistas de profundidad realizadas a la administración y ejecutivos de ventas, además del cuestionario efectuado a los vecinos del sector II del proyecto habitacional Residenciales Jardines del Norte.

### **3.2 Tipo de Investigación**

Se realizó una investigación exploratoria-descriptiva debido a que permite conocer cómo interactúan las audiencias que conforman el proyecto habitacional Residenciales Jardines del Norte sector II; además de entender de qué forma funcionan sus relaciones comunicacionales.

### **3.3 Objetivos**

#### **3.3.1 Objetivo General**

Elaborar un diagnóstico y realizar una propuesta de comunicación efectiva para que la administración, los ejecutivos de ventas y los vecinos del sector II del proyecto habitacional Residenciales Jardines del Norte puedan comunicarse eficientemente.

#### **3.3.2 Objetivos Específicos**

- Identificar el flujo de comunicación entre la administración, ejecutivos de ventas y vecinos del sector II.
- Elaborar un diagnóstico de comunicación para comprender la situación entre las diferentes audiencias existentes.
- Realizar una propuesta de comunicación para la administración, ejecutivos de ventas y vecinos que forman parte del sector II.

### **3.4 Técnica**

En esta investigación se utilizó la recopilación bibliográfica, entrevistas de profundidad, FODA y cuestionarios. Estos permitieron reunir la información necesaria para desarrollar el informe.

### **3.5 Instrumento**

Documentación bibliográfica, análisis de información FODA, cuestionarios y entrevistas de profundidad. (Ver anexo 1 y 2)

### **3.6 Población**

Las personas que participaron en la investigación fueron: el departamento administrativo conformado por el administrador y la asistente administrativa, quienes están encargados de proporcionar información relacionada con datos técnicos de construcción de la vivienda, conexiones eléctricas y plomería; además de la contratación de los servicios de agua y energía eléctrica.

Los ejecutivos de venta que son cuatro personas quienes establecen el primer contacto con el posible comprador de una casa al realizar una visita a la propiedad, mencionando las características del entorno y desarrollo del proyecto habitacional.

Al momento de realizar este informe, las personas que adquieran un bien inmueble dentro de Residencial Jardines del Norte, formarán parte de los vecinos del sector II, el que cuenta con un número de ochenta y seis viviendas.

### **3.7 Muestra**

Se tomó en consideración para efectuar este documento el siguiente grupo:

- 2 personas del departamento administrativo, conformando el 100 %.
- 4 ejecutivos de ventas formado por el 100%.
- 79 viviendas de vecinos que viven en el sector II. No se tomaron en cuenta 7 casas a pesar de formar parte de este grupo, debido a que no se encuentran habitadas; se trató de conseguir sus datos en la administración, pero no fue posible por la restricción de información, estas casas entonces representan un 92%.

### **3.8 Procedimiento**

Para poder analizar la situación comunicacional de las audiencias conformadas por la administración ejecutivos de ventas y vecinos del sector II, se comenzó por realizar algunas charlas informales con los representantes para conocer mejor lo que sucedía.

Posteriormente, se efectuaron unas entrevistas de profundidad para elaborar el análisis del FODA (fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas) y así redactar el diagnóstico, concluyendo con un cuestionario dirigido a los vecinos para que se elaborase la estrategia de comunicación.

## **CAPÍTULO IV**

### **4.1 Diagnóstico de Comunicación sobre la situación del Proyecto**

El diagnóstico de comunicación, es una radiografía que se hace para conocer cómo es que las personas de determinado grupo se relacionan entre sí a nivel comunicacional.

Según Castro, Benito (2007:6) “La comunicación funciona como la argamasa que une y facilita todas las mejoras. Sin ella no podríamos transmitir datos e información a los demás, ni siquiera entendernos. Así las cosas, ¿de qué serviría que alguien hubiera inventado el fuego si no lo hubiera dado a conocer a los congéneres de nuestros primeros tiempos? Sin la comunicación, todavía estaríamos en las cavernas”.

Para poder realizar el mismo, se hicieron algunas entrevistas de profundidad con los siguientes grupos del proyecto habitacional Residenciales Jardines del Norte:

- Departamento Administrativo
- Ejecutivos de Ventas

Después de realizar las entrevistas, se procedió a analizar las mismas para contemplar en que partes coincidían ambos grupos para elaborar un FODA y observar las áreas fuertes y débiles. (Ver anexo 3 Matriz FODA)

#### **4.1.1 ¿Qué es el FODA?**

El FODA es un instrumento de análisis de información que se conoce también como: DAFO (Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades) y en inglés SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats); este permite detectar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de un tema o situación que afecte de forma directa a una institución. Para recaudar suficientes datos se necesita

considerar factores tanto internos como externos que puedan tener relación con aspectos de índole económico, organizacional, entorno y competencia.

Al tener la información recopilada, se procede analizarla detenidamente con el objeto de definir qué datos son los más relevantes y así poder decidir cuáles serán los pasos que se realizarán para crear la estrategia.

#### **4.1.2 Características del FODA:**

- Instrumento de uso fácil y práctico para recaudar información.
- Permite conocer el estado actual de la situación.
- Muestra los siguientes factores:
  - Fortalezas
  - Oportunidades
  - Debilidades
  - Amenazas.
- Facilita la toma de decisiones para formular una estrategia adecuada.

En este estudio se utilizó el instrumento del FODA como un mecanismo para recolectar información por parte de la administración y los ejecutivos de ventas para poder proponer una estrategia de comunicación adecuada.

#### **4.1.3 FODA del Proyecto Habitacional Residenciales Jardines del Norte**

A continuación se procede a detallar la información recaudada por parte de la administración y ejecutivos de ventas para conformar el cuadro correspondiente al FODA.

**Cuadro No. 2 FODA**

<b>FORTALEZAS</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>DEBILIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
Respaldo por el FHA y Banco Reformador.	El proyecto está habitado completamente en el 1er. sector y parte del 2do. por estar en fase de construcción y continuar con su desarrollo.	Imagen inadecuada del proyecto habitacional, debido a las inconsistencias en construcción de viviendas.	Chismes
Ubicación del proyecto debido a que se encuentra a 30 minutos del centro.	Anteriormente existía un comité de vecinos, lo que muestra interés por parte de la comunidad para poder conformar otro en el futuro.	Diferentes tipos de información por parte de administración, ejecutivos de ventas y vecinos.	Falta de trabajo en equipo
Cuenta con todos los servicios básicos necesarios para habitar la vivienda de forma inmediata.	Vecinos interesados en mejorar la imagen y ornato del proyecto habitacional.	Mala infraestructura (pavimentación de calles, cuidados de áreas verdes)	Atención inadecuada por parte de la administración
Residenciales Jardines del Norte tiene 13 años de estar en el mercado inmobiliario	El personal del departamento administrativo cuenta con mucha experiencia debido a que no ha cambiado en varios años.	Ejecutivos de ventas no proporcionan información fidedigna sobre el proceso de compra venta.	No existe un reglamento uniforme entre los vecinos

*Fuente: Departamento de administración y ejecutivos de ventas. Residenciales Jardines del Norte.*

Después de haberse elaborado este cuadro, se consideró que algunas de las causas presentadas obstaculizan el proceso de comunicación debido a lo siguiente:

- Falta material informativo sobre el proyecto habitacional y asociación de vecinos.
- Es necesario mejorar algunos aspectos relacionados con la imagen que desea transmitir el proyecto.
- No existe ninguna estrategia diseñada para transmitir una comunicación uniforme.

## **4.2 Resultados**

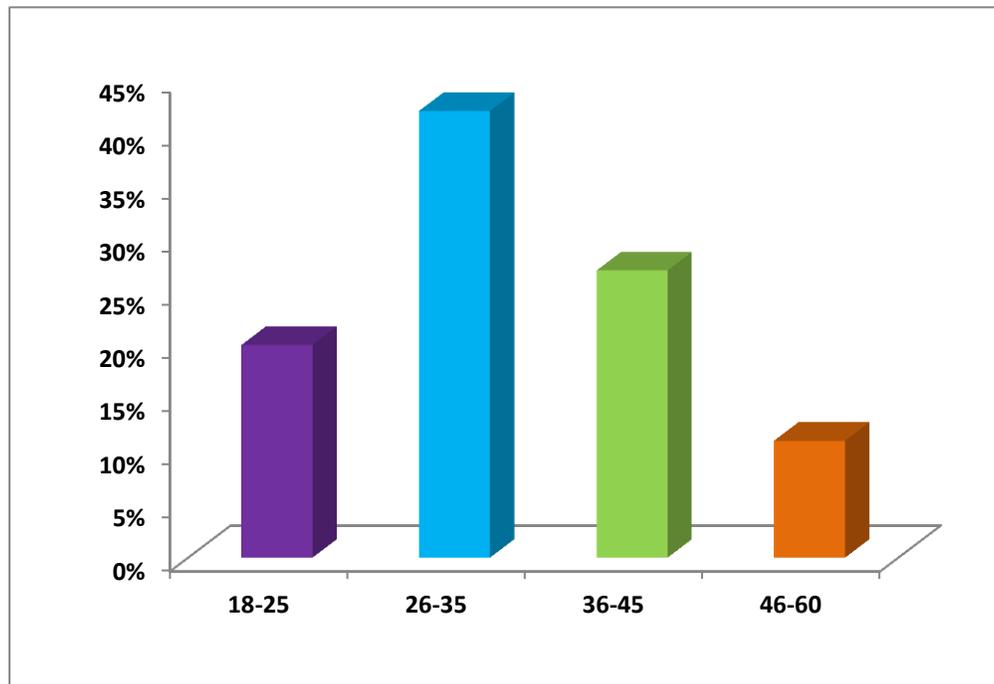
Se procedió a encuestar a un grupo conformado por 86 viviendas familiares de los vecinos del sector II del proyecto habitacional Residenciales Jardines del Norte; estos fueron hombres y mujeres comprendidos entre un rango de edad de 18 a 60 años. Al momento de pasar los cuestionarios se constató que solamente 79 casas estaban habitadas de las 7 faltantes se preguntó en la Administración para poder conseguir información respecto a los propietarios de las mismas para así localizarlos y efectuar el cuestionario. Sin embargo, no fue posible conseguir los datos de los habitantes.

La información recabada en el diagnóstico sirvió como plataforma para que se elaborase una propuesta de comunicación adecuada que pueda presentar soluciones de forma práctica y sencilla.

A continuación se presentan las gráficas que muestran la información recaudada por parte de las encuestas que se realizaron:

## 1. ¿Cuál es su rango de edad?

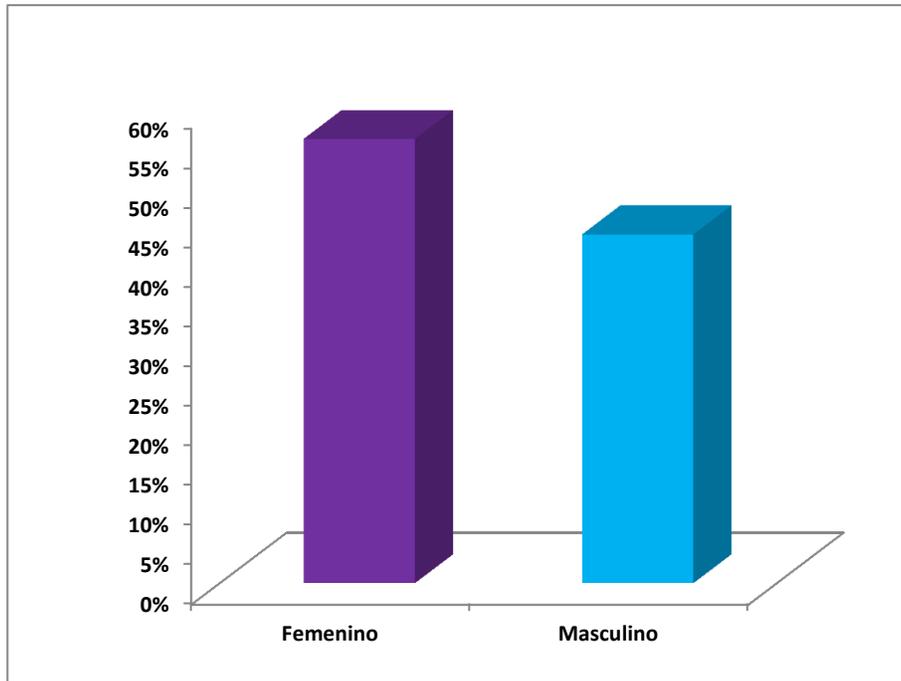
Gráfica No. 1



El 20% corresponde a los entrevistados comprendidos entre las edades de 18-25 años que son adolescentes y jóvenes estudiantes, seguido por el 42% que se encuentra entre los 26-35 años representados por personas de edad madura trabajadores y amas de casas al igual que en caso del grupo del 27% que tiene de 36-45 años, finalmente el 11% que se encuentra entre 46 -60 años formado por personas que no laboran o jubiladas que forman parte del proyecto residencial.

## 2. ¿Cuál es el sexo del entrevistado?

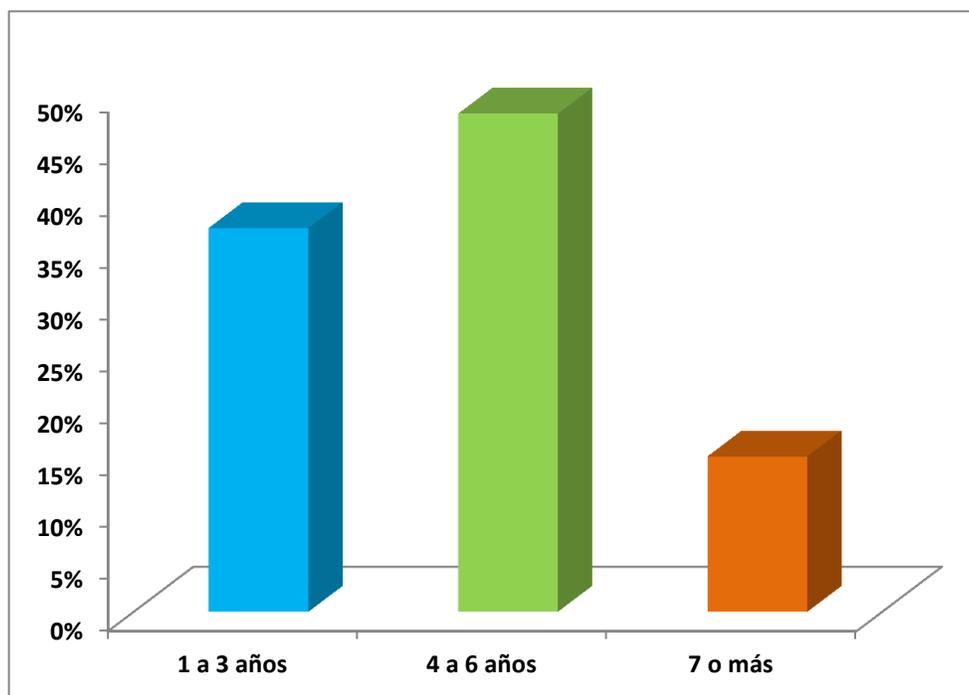
Gráfica No. 2



56% de las personas encuestadas fueron de sexo femenino quienes en su mayoría eran amas de casa y una minoría de este grupo trabaja y el 44% representa al género masculino quienes eran asalariados de compañías grandes y medianas dentro del país de Guatemala.

### 3. ¿Cuántos años tiene de pertenecer al proyecto habitacional Residenciales Jardines del Norte?

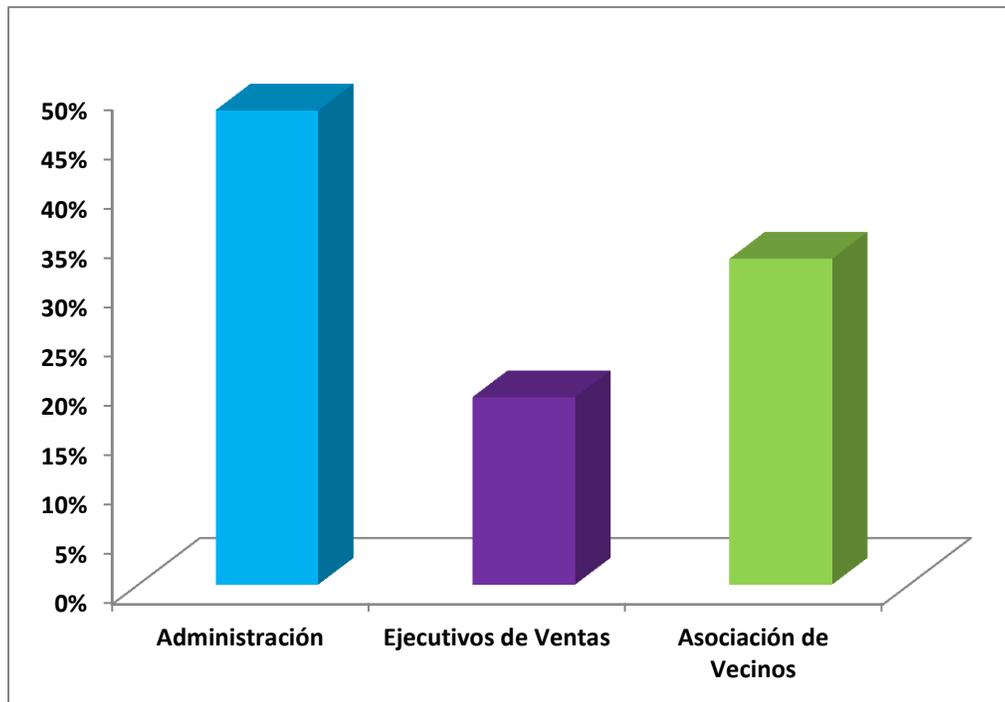
Gráfica No. 3



El 37% representa al rango comprendido entre 1 a 3 años, que son personas que hace poco tiempo comenzaron a vivir en el proyecto residencial; seguido por el mayor porcentaje correspondiente al 48% habitantes que llevan de 4 a 6 años en el lugar y algunos vivían anteriormente en el sector I, manifestando que por la distribución de los nuevos diseños decidieron cambiarse al sector II. Finalmente un 15% conformado por los que tienen de 7 o más años, quienes son propietarios de viviendas del sector I, y comentaron que debido a la comodidad presentada en los nuevos modelos desarrollados prefirieron invertir en este nuevo sector.

#### 4. ¿Con cuál de estos grupos tiene usted más comunicación?

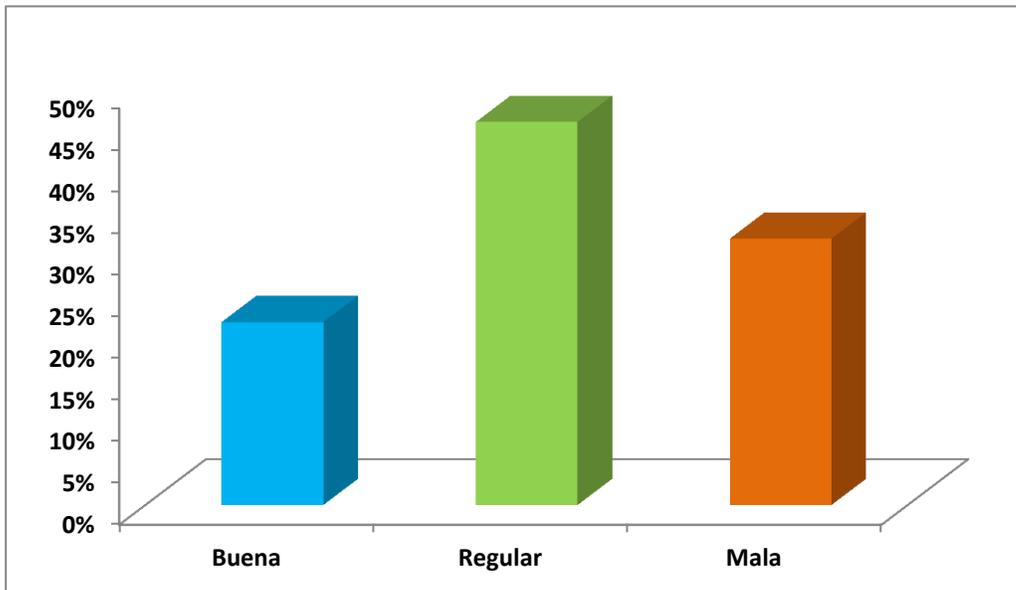
Gráfica No. 4



El 48% respondió que con los que más mantiene comunicación es el departamento de Administración por tener todos los detalles relacionados con las viviendas y los servicios de las mismas, seguido por un 19% correspondiente a los Ejecutivos de Ventas por ser el primer contacto al adquirir el inmueble; en este caso la comunicación decae porque ellos solo proporcionan la información para comenzar el proceso de compra. Por último el 33% que es la Asociación de Vecinos debido a los temas relacionados con normas de comportamiento y mejoras que pueden efectuarse en el proyecto.

5. ¿Cómo calificaría su relación con el grupo que seleccionó en el numeral anterior?

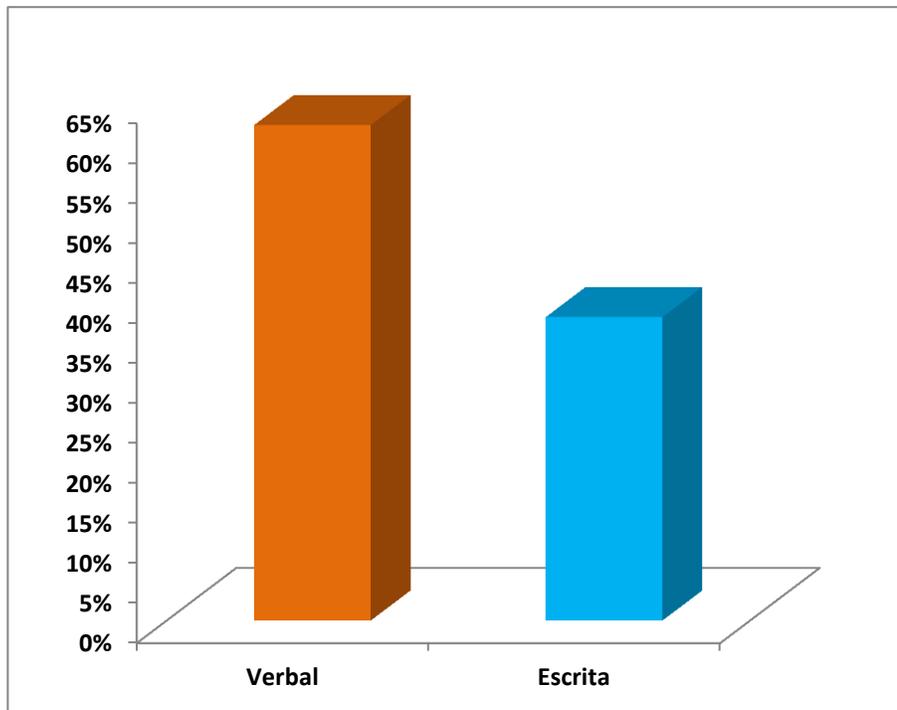
Gráfica No. 5



El 22% menciona que es buena ya que cuando han tenido algún inconveniente, el mismo ha sido solucionado de forma eficiente, mientras que un 46% comentó que su relación de comunicación no ha sido buena ni mala considerándola regular; seguido por un 32% comentando que ha sido mala porque todos tienen información diferente y se contradicen entre sí.

6. ¿Cuál es la forma más fácil de comunicarse con usted?

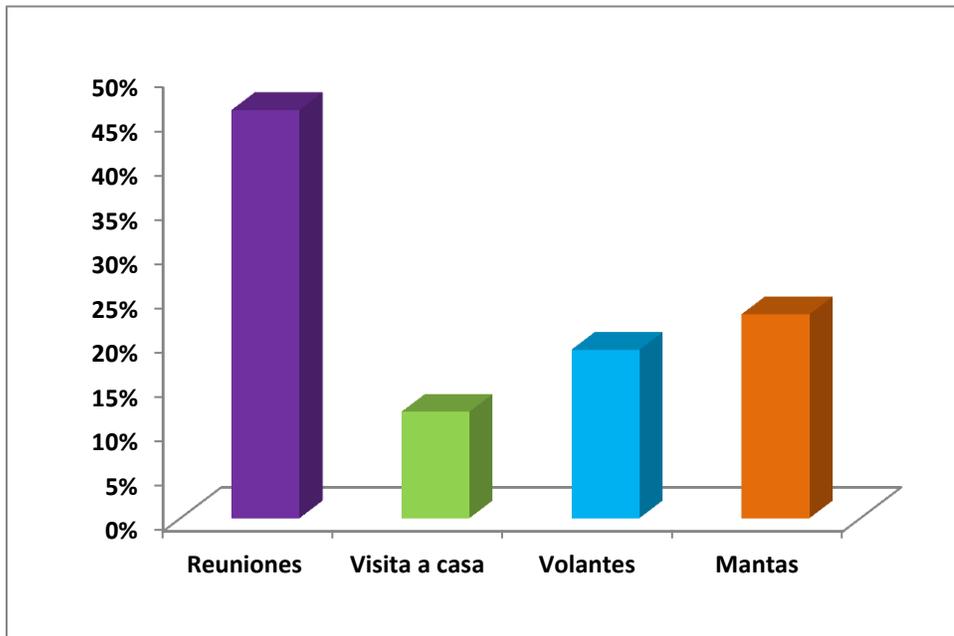
Gráfica No. 6



El 62% comentó que es más fácil para ellos que se comuniquen de forma verbal, por lo rápido que circula la información. Sin embargo, un 38% mencionó que prefieren que sea escrita, porque es más personalizada además de quedar constancia de la información.

7. ¿Cuál de estos medios le gustaría que se utilizara al comunicarse con usted?

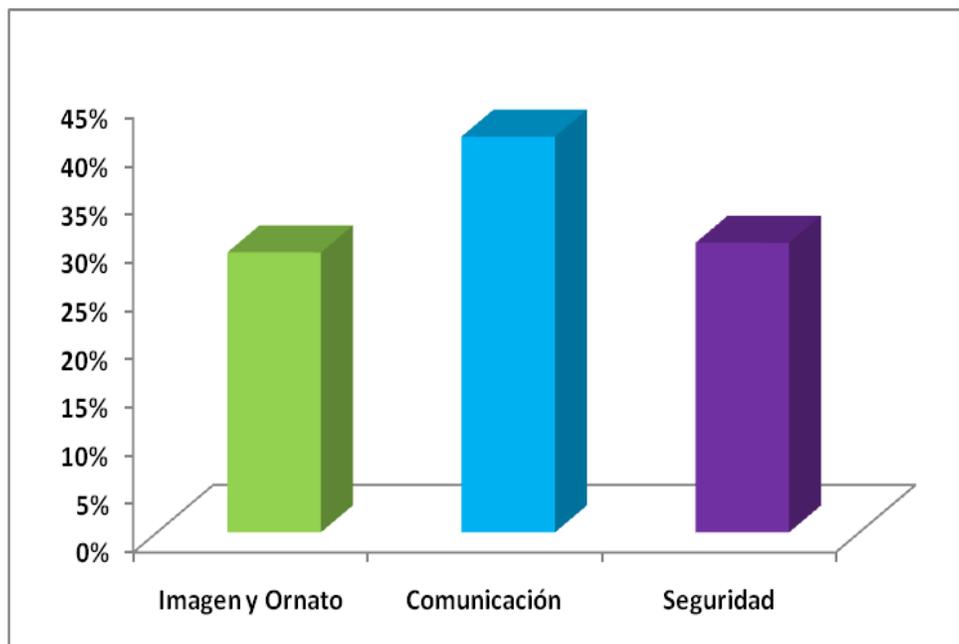
Gráfica No. 7



El 46% comentó que es mejor realizar reuniones generales para que todos reciban la misma información, un 12% manifestó que pueden realizar visitas a casa si estas no quitan mucho tiempo en comparación con un 19% quienes mencionaron que los volantes son una buena alternativa siempre y cuando sean entregados en cada casa y por último el 23% opinó que otro medio podría ser el uso de las mantas por la visibilidad que tienen las mismas.

8. De las opciones que se presentan a continuación, ¿cuál cree que sería conveniente mejorar?

Gráfica No. 8



El 29% mencionó que le gustaría invertir más en la imagen y el ornato para que el proyecto habitacional refleje un ambiente agradable para vivir; luego, un 41% indicó que es de suma importancia mejorar el tema de comunicación y todos puedan entenderse de una mejor forma y por último el 30% comentó que el tema de seguridad dado lo peligroso de la situación actual que se vive en el país.

### **4.3 Propuesta de Comunicación para el Proyecto Residenciales Jardines del Norte**

Después de analizar los resultados obtenidos a través de los cuestionarios, se desarrolló una propuesta de comunicación que abarque aspectos internos y externos del proyecto habitacional Residenciales Jardines del Norte, involucrando a la administración, ejecutivos de ventas y vecinos del sector II, para generar un mejor flujo comunicacional.

A continuación se presentan las acciones que se podrán realizar:

#### **4.3.1 Reuniones periódicas entre los diferentes públicos**

Para poder tener un flujo de comunicación constante, abierto y armonioso entre los grupos conformados por administración, ejecutivos de ventas y asociación de vecinos se debe efectuar lo siguiente:

Programar una reunión mensual con dos representantes de cada uno de los grupos, para que puedan comentar sobre asuntos de interés sucedidos recientemente o proyectos que deseen llevar a cabo para contribuir con las mejoras del proyecto habitacional y sus habitantes.

De esta forma al ser abordados por los vecinos todos tendrán la misma comunicación y versión de los hechos evitando malos entendidos comunicacionales, al mismo tiempo de proyectar un trabajo en equipo.

#### **4.3.2 Material informativo de apoyo para la Administración**

Con el objeto que la Administración pueda proporcionar información adecuada, es necesario elaborar unos folletos informativos además de material publicitario para los ejecutivos de ventas, estos fueron cotizados en tres imprentas diferentes y se tomó como referencia la empresa Omega quien fue la que ofreció un mejor precio. Los artículos para este departamento se refirieron a los siguientes temas:

- **Pasos para entrega de Vivienda:** Informar al nuevo propietario de vivienda como se desarrollará el proceso de entrega formal de la vivienda y qué documentos legales deberá de firmar, explicando brevemente el contenido de cada uno, esto se elaboró a través de un trifoliar, el cual podría tener un costo aproximado de Q.1,300.00 por quinientas unidades. (Ver anexo 3)
- **Guía de contactos en caso de una emergencia:** Se puede elaborar un listado telefónico que sea utilizado como medio de consulta práctico en caso existiera mal funcionamiento de algún equipo instalado en la casa; haciéndose énfasis en lo que es normal y lo que pudiera considerarse un caso de emergencia. El costo aproximado de los quinientos bifolios podrá ser de Q1,300.00 (Ver anexo 4)
- **Guía para solicitud de servicios de agua y energía eléctrica:** Debido a que la solicitud para estos trámites corresponde a dos entidades diferentes, es conveniente colocar información de los pasos que deberá de seguir el nuevo adquirente de vivienda para que le sean instalados los mismos, para poder entregar esta información se diseñó un brochure de cuatro partes con un costo aproximado de Q1,500.00 por quinientas unidades (Ver anexo 5)

#### 4.3.3 Material de apoyo para Ejecutivos de Ventas

Residenciales Jardines del Norte cuenta con una página de internet propia ([www.jardinesdelnorte.net](http://www.jardinesdelnorte.net)), con información antigua de los modelos de vivienda desarrollados. El contenido de los mismos puede mejorar haciendo los siguientes cambios:

- **Página de Internet:** Rediseñar la página de internet existente con el fin de que se actualice la información concerniente a:

- **Información del proyecto habitacional:** Se puede mencionar el número de sectores que existen, además de comentar que se cuenta con el respaldo del FHA, incluyendo el tiempo que tienen de estar en el mercado y colocar un croquis de cómo llegar al residencial.
- **Plano de distribución de viviendas:** Colocar un mapa de cuantas viviendas conforman cada sector e indicar los tipos de modelos. Asimismo, se puede mostrar la disponibilidad que existe para poder adquirir una propiedad.
- **Modelos de Viviendas:** Desplegar imágenes que contengan los modelos de vivienda que continúan en venta.
- **Financiamiento:** Mencionar que el mismo es a través del Banco Reformador e incorporar un ícono que contenga una calculadora de precios para que el visitante del sitio pueda contemplar sus opciones de pago.

En este caso el costo aproximado sería de unos Q.10,000.00; cubriendo los honorarios de un Ingeniero en Sistemas y un Diseñador Gráfico, el trabajo de rediseño se tardaría un mes y para continuar alimentando la página con material nueva información podría hacerlo el administrador de la misma o bien contratar a un community manager que cobraría alrededor de Q2,500.00 mensuales.

- **Unifoliar:** Dentro de los materiales impresos existentes hay unos volantes de un color que contienen información básica sobre la vivienda de interés. Sin embargo, puede elaborarse un unifoliar para cada modelo de casa que contenga fotografías de la casa modelo y los ambientes que ofrece e integrarle la información existente como: Mts<sup>2</sup> de construcción, precio del inmueble, plazo de financiamiento, instituciones por las cuales se puede hacer el financiamiento, tasa de interés y datos de contacto del ejecutivo de ventas que le atendió. El costo aproximado de quinientas unidades Q1,100.00

- **Afiches:** Elaborar afiches full color que contengan información del proyecto habitacional y que se pueda colocar en carteleras de centros comerciales, supermercados y tiendas cercanos al Residencial; esto podría atraer la atención de personas que están buscando comprar un inmueble en el área. El costo aproximado de cincuenta afiches es de Q2,000.00
- **Anuncios en Vallas:** Colocar vallas publicitarias en puntos estratégicos frecuentados por el grupo objetivo que deseen alcanzar y que contengan imágenes alusivas a los modelos de viviendas existentes. El costo aproximado sería de Q25, 000.00 por un circulito que incluye una valla de 3X6 mts<sup>2</sup> y tres de 2 X4 mts<sup>2</sup> durante el periodo de un año cotización efectuada por la compañía Publimer.

#### **4.3.5 Reglamento de la Asociación de Vecinos**

Con el objeto de que existan normas que promuevan una buena convivencia entre los vecinos del sector II, se propuso un reglamento interno que contenga los siguientes temas:

- Normas de comportamiento y conducta
- Remodelación a la construcción de viviendas
- Uso de áreas comunes
- Mejora de imagen y ornato
- Prohibiciones dentro del residencial

De esta forma se logra concientizar a los vecinos para que cuiden el lugar donde viven y que además se involucren en los procesos de mejoras que pudieran surgir en el futuro.

Este documento no tiene un tiempo de vigencia, y se podrán realizar mejoras al mismo solamente si cuentan con la mayoría de votos por parte de los vecinos en una reunión formal.

A continuación se presenta el documento elaborado a solicitud de la Asociación de Vecinos y que continúa vigente:

## **REGLAMENTO DE LA ASOCIACION DE VECINOS PARA EL MEJORAMIENTO DE LA URBANIZACIÓN “RESIDENCIALES JARDINES DEL NORTE”**

Se elaboró el siguiente Reglamento de la Asociación de Vecinos de Residenciales Jardines del Norte, de acuerdo al consenso de la Asamblea General de Vecinos; con el objeto de mantener una relación armoniosa, higiénica, beneficiosa y de tranquilidad para los habitantes del mencionado residencial con el propósito de mejorar la calidad de vida de cada uno de los vecinos del mismo.

### **OBLIGACIONES DE LA ASOCIACIÓN DE VECINOS:**

- Velar por que se promuevan mejoras en el Residencial que incrementen valores de seguridad, ornato, higiene y convivencia entre cada uno de los propietarios de vivienda.
- Atender y solucionar asuntos que afecten la tranquilidad y convivencia entre vecinos.
- Convocar cada trimestre a una Asamblea General de Vecinos para dar información.
- Comprometerse con los vecinos convocados a la Asamblea General de Vecinos a trabajar el período para el cual han sido electos.
- Mantener un listado actualizado de cada núcleo familiar que habita en el Residencial, propietarios o inquilinos.

## **OBLIGACIONES DE LOS VECINOS:**

- Realizar mensualmente el pago de los servicios de seguridad y agua en los primeros cinco (5) días de cada mes.
- Adquirir el servicio de un teléfono celular (claro) para que la garita de seguridad se pueda comunicar con los habitantes del residencial para confirmar el ingreso de visitantes.
- Adquirir la tarjeta electrónica digital y/o carné individual para el ingreso al residencial sea de forma peatonal o vehicular.
- Asistir a las reuniones correspondientes a la Asociación de Vecinos con voz y voto.
- Cumplir y acatar las normas del presente reglamento, así como mantener el respeto por cada uno de sus vecinos.
- Presentar una carta por parte de la Administración al momento de ser un nuevo propietario del residencial.
- Al momento de efectuar alguna mudanza o algún vecino quisiera retirar un bien del Residencial, este deberá entregar una carta a los guardias de la garita de seguridad, en donde informen que tipo de actividad estará realizando, anotando el nombre completo del habitante, la dirección de la vivienda, No. de DPI y firma.
- Los vecinos que alquilen su propiedad deberán de presentarse en persona y llevar una carta firmada a la Asociación de Vecinos, en donde se indique los nombres de los nuevos inquilinos y fecha de su traslado al residencial.
- Colaborar con medidas de ornato que se informe en las reuniones de vecinos para mejorar las condiciones existentes.

## **PROHIBICIONES:**

Las mismas se contemplan con el objeto de mantener un ambiente tranquilo y de armonía entre todos los vecinos, promoviendo el goce de beneficios mutuos:

- Se restringe el acceso de los transportes de moto taxis al residencial, el cual se limita al área de la garita de seguridad sin que puedan ingresar al mismo.

- En el caso de los taxis rotativos o piratas, el piloto de la unidad deberá de presentar documento de identificación, así como permitirá una revisión al baúl del vehículo al momento de entrar y salir del residencial. El cateo será realizado por los guardias de seguridad. En el caso de aquellos vecinos que debido a su trabajo ingresan después de las 22:00 horas, deberán presentar su tarjeta electrónica digital y / o carné para permitir su ingreso.
- Aquellas personas que sean visitantes y no presenten DPI o Cédula de Vecindad; se procederá a contactar al vecino al que visita para que este pueda bajar y responsabilizarse por las visitas durante su estadía.
- No se permiten visitas que deseen ingresar después de las 22:00 horas al residencial.
- No se permitirá la venta de bebidas alcohólicas después de las 21:00 horas en establecimientos de venta de artículos de primera necesidad ubicados dentro del residencial.
- Ruidos altos provocados por radios, carros, reuniones particulares, adolescentes y niños en la calle o vía pública después de las 22:00 horas.
- Acumular, depositar o incinerar en el interior de sus viviendas o áreas comunes basura, desperdicios o cualquier material de desecho.
- Depositar o tirar basura o desechos de cualquier tipo en la red de drenajes, alumbrado público o áreas comunes.
- Manchar, invadir o molestar la propiedad privada de cualquier vecino dentro del residencial, debiendo de pagar por los daños ocasionados.
- La velocidad máxima de los vehículos que circulen dentro de la residencial será de 30 Km. / hora, según lo mencionado en el Reglamento de Tránsito de la ciudad de Guatemala, artículo 112 inciso f.
- Tender ropa en el área delantera de la vivienda, para no dañar la imagen de la misma.

## **PROCEDIMIENTOS Y SANCIONES**

Los siguientes procedimientos y sanciones impuestos en dicho reglamento corresponden a medidas de hecho que se tomarán para mantener un ambiente de cooperación mutua entre los vecinos.

### **SEGURIDAD:**

- Se solicitará identificación a cualquier persona que esté en la vía pública después de las 22:00 horas, tomando las medidas necesarias al momento de negarse a identificarse.
- La Asociación de Vecinos del residencial no se hará responsable de velar por las viviendas de aquellos vecinos que no cumplan con pagar seguridad.
- La Asociación de vecinos no se hace responsable de apoyar a cualquier vecino que de forma involuntaria pudiera causar un accidente a un menor de edad por permanecer fuera de su vivienda a altas horas de la noche dentro del residencial, siendo esta responsabilidad completa de los padres de familia.
- A partir del mes de enero del dos mil doce cada vecino deberá de contar con su identificación de tarjeta digital electrónica y/ o carné, de lo contrario no se le permitirá la entrada.

### **ORNATO:**

- Mensualmente cada vecino aportará la cantidad de Q20.00 los cuales servirán para darle mantenimiento a las áreas verdes, banquetas y zonas comunes.

## DAÑOS A PROPIEDAD PRIVADA:

- Cualquier vecino que cometa daño a la propiedad privada ajena deberá de cubrir el costo completo del mismo, siempre y cuando se cuente con la presencia de un miembro activo de la junta directiva del comité de vecinos para verificar el incidente.

### 4.4 Resumen de Costos para Estrategia de Comunicación

**Cuadro No. 3**

<b>Unidades</b>	<b>Descripción de Material</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo</b>
<b>500</b>	Trifoliales “Pasos para entrega de Vivienda”	Q. 2.60	Q. 1,300.00
<b>500</b>	Bifoliales “Guía de contactos en caso de emergencia”	Q. 2.60	Q. 1,300.00
<b>500</b>	Brochures “Guía para solicitud de servicios de agua y energía eléctrica”	Q. 3.00	Q. 1,500.00
<b>1</b>	Rediseño página de internet*	Q.10,000.00	Q.10,000.00
<b>500</b>	Unifoliar Modelo de Viviendas	Q. 2.20	Q. 1,100.00
<b>50</b>	Afiches del proyecto habitacional	Q. 2,000.00	Q. 2,000.00
<b>1</b>	Circuito de Vallas con anuncios del proyecto habitacional**	Q. 25,000.00	Q.25,000.00
<b>50</b>	Copias Reglamento de Asociación de Vecinos	Q. 0.25	Q. 12.50
<b>TOTAL</b>			<b>Q.42,212.50</b>

\*Sumar Q2,500.00 opcionales mensualmente si se desea contratar los servicios del community manager.

\*\* Este costo corresponde a un año.

## CAPITULO V

### 5.1 CONCLUSIONES

- A través de las charlas informales sostenidas, se logró identificar el flujo de comunicación que existía entre administración, ejecutivos de ventas y vecinos del sector II del proyecto habitacional Residenciales Jardines del Norte.
- Se efectuó un diagnóstico de comunicación el cual permitió comprender como se relacionaban las audiencias mencionadas en el inciso anterior, para proceder a elaborar una propuesta de comunicación adecuada.
- La propuesta de comunicación presentada permitirá que se proporcione información clara para evitar malos entendidos y promover el trabajo en equipo entre administración, ejecutivos de ventas y vecinos del sector II.

## 5.2 RECOMENDACIONES

- Promover el diálogo abierto entre los grupos conformados por la administración, ejecutivos de ventas y asociación de vecinos para mejorar el entorno del proyecto residencial.
- Continuar con las reuniones de trabajo entre la administración, ejecutivos de ventas y el representante de la junta directiva de la asociación de vecinos, además de utilizar el material informativo elaborado para que todos manejen el mismo tipo de información.
- Dentro de un término de seis meses, es conveniente preguntar a los nuevos vecinos del residencial si entendieron los mensajes transmitidos por parte de la administración, ejecutivos de ventas y asociación de vecinos.

## CAPITULO VI

### 6.1 BIBLIOGRAFÍA CONSULTADA

1. Berlo, David K.1986. El proceso de comunicación. Introducción a la teoría y a la práctica.México: Ateneo.
2. Cabrera Maldonado, Bianka Adriana. 2001. Diagnóstico y propuesta de comunicación / Relaciones públicas del Centro Cultural Miguel Ángel Asturias. Guatemala. Tesis de la Escuela de Ciencias de la Comunicación. USAC
3. Castro, Benito. 2007. El Auge de la Comunicación Corporativa.Sevilla.  
<http://robertoigarza.files.wordpress.com/2008/11/lib-el-auge-de-la-comcorporativa-castro-2007.pdf>. Recuperado 20 junio 2012
4. Chiavenato, Idalberto. 1999. Administración de Recursos Humanos. Quinta Edición,Bogotá:Mc Graw Hill p. 84
5. Desarrollo Metropolitano. Código Urbano General: Porqué, cómo y qué. Guatemala: Municipalidad de Guatemala. 2004. [en línea]  
[http://pot.muniguate.com/docts\\_soporte/04\\_objetivos\\_del\\_pot.php](http://pot.muniguate.com/docts_soporte/04_objetivos_del_pot.php)
6. Diaz Bordenave, Juan.Cimadevilla, Gustavo y Carniglia Edgardo. 2004. Comunicación, ruralidad y desarrollo: Mitos, paradigmas y dispositivos para el cambio. Buenos Aires: INTA.
7. Fernández Collado, Carlos. 2002. La comunicación en las organizaciones. Segunda Edición. México: Trillas.
8. González Alonso Carlos, 1992. Principios Básicos de Comunicación, México. Trillas. p.14

9. Guatemala Leyes, Decretos, Códigos etc. Reglamento de Tránsito, 1998. Guatemala: Tipografía Nacional.
10. Guatemala Leyes, Decretos, Códigos etc. Reglamento específico de Normas de Urbanización y Construcción de Proyectos Habitacionales de interés social del Municipio de Guatemala. 1998. Guatemala.
11. Guatemala Leyes, Decretos, Códigos etc Res. No. COM-020-08. [en línea]. Disponible en <http://mu.muniguate.com/index.php/component/content/article/29-ordenanzas/162-crearregistrosasociacionesvecinos>. Fecha de consulta: 6 de mayo 2012
12. Jiménez Castro, Wilburg. 1991. Introducción al estudio de la teoría Administrativa. México. F.C.E. p.21
13. Maurial, Antonio. Comunicación Interpersonal: Desarrollo de Habilidades Gerenciales. Programa de Transferencia de Experiencias Empresariales. Perú, 8 de mayo 2008
14. Rodríguez González, Román y Aldrey Vásquez, José Antonio. 2007. Planificación y ordenamiento territorial en Guatemala: revisión de su marco legal e institucional y propuesta para su mejora y desarrollo. España. Universidad de Santiago de Compostela.
15. Tortoriello R., Thomas. Communication in the organization. An applied Approach. 1978. Estados Unidos: McGraw Hill pag. 9

16. Valiente Villatoro, Blanca Margarita. 2008. Los Comités únicos de Barrio -CUB- una estrategia municipal de organización comunitaria en la Colonia Sabana Arriba, Zona 17 de la Ciudad de Guatemala. Guatemala. USAC
17. Valladares, Alberto, Cultura Organizacional en Sección Negocios; Página 1. Disponible en <http://winred.com/negocios/cultura-organizacional/gmx-niv114-con1397.htm>, Recuperado: Mayo-2-12
18. Martínez de Velasco, Alberto y Nosnik, Abraham. 1988., Comunicación organizacional práctica, México: Trillas.
19. Velásquez Paz, Mayra Elizabeth. 2008. Diagnóstico y Propuesta de Comunicación Alternativa en el Centro de Atención Médica Integral para Pensionados (CAMIP). Guatemala. Tesis de la Escuela de Ciencias de la Comunicación. USAC
20. Zorín, Z.M, 1984. Valoración Crítica de varias concepciones sobre comunicación y personalidad en psicología no marxista: Psicología de la personalidad. Ciencias Sociales. La Habana, Cuba: p.6

## 6.2 BIBLIOGRAFÍA DE APOYO

1. Aguirre Munrayos, Alan Alfonso. 2009. Estrategia de comunicación para la comercialización de bienes inmuebles propiedad del Estado. Guatemala. Tesis de la Escuela de Ciencias de la Comunicación. USAC.
2. Alvarez, Francis Anabella. 2005. Diagnóstico y propuesta de comunicación externa del Centro Agronómico Tropical de Investigación y Enseñanza -CATIE- Guatemala. Tesis de la Escuela de Ciencias de la Comunicación. USAC.
3. Ander Egg, Ezequiel.1974. Diccionario del Trabajo Social. Buenos Aires, Argentina: ECRO-ILPH.
4. Anyaegbunam, Chike; Mefalopulos, Paolo y Moetsabi, Titus. 2008.Manual Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural. Segunda Edición. Roma:FAO.
5. Bravo, María Ignacia; Fernández, María Jesús; Marchán, Constanza. 2001. Gestión Cultural en Comunas de Escasos Recursos, desde la perspectiva del Marketing Comunicacional. Santiago, Chile: Universidad Diego Portales
6. Castañeda Mejía, Yolanda Leticia. 2003.Diagnóstico y propuesta de la comunicación interna de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, de la USAC. Guatemala.Tesis de la Escuela de Ciencias de la Comunicación.USAC
7. Chiavenato Idalberto; Introducción a la Teoría General de la Administración, Quinta Edición, México: McGraw-Hill Interamericana, 1999

8. Dirección de Planificación Urbana. Municipalidad de Guatemala. Plan de Ordenamiento Territorial. 2004. <http://pot.muniguate.com/>. Fecha de consulta: 11 de noviembre 2012
9. Iniesta, Lorenzo. 2004. Manual Completo del Ejecutivo de Ventas. España: Gestión 2000.
10. Johnston, Mark y Grey, Marshall. 2004. Administración de Ventas. Séptima Edición. México: McGraw Hill
11. Mérida González, Aracelly Krisanda. 2009. Manual para elaborar y presentar la tesis. Guatemala: Editorial Luna.
12. Morán Ramírez, Nancy Claribel. 2003. Diagnóstico de la comunicación organizacional en Corporación Reforma. Guatemala. USAC
13. Miner, John. 1973. El Proceso Administrativo: Teoría, Investigación y Práctica. México, D.F.: Compañía Editorial Continental.
14. Ruiz Cervantes, Mirna Vanessa. 2009. Comunicación corporativa y su relación con la cultura, la identidad y la imagen empresarial. Guatemala. Tesis de la Escuela de Ciencias de la Comunicación. USAC
15. Stanton William, Etzel Michael y Walker Bruce. 2007. Fundamentos de Marketing, Decimocuarta Edición: McGraw-Hill Interamericana.
16. Zaldaña Bustamante. 2004. La imagen corporativa como uno de los factores que pueden generar identificación con la empresa. Guatemala. Guatemala. UFM

### **6.3 ANEXOS**

1. Cuestionario a Vecinos del Sector II
2. Matriz de Datos para Cuestionarios
3. Entrevista de Profundidad para administración y ejecutivos de ventas
4. Pasos para entrega de vivienda
5. Guía de contactos en caso de emergencia
6. Guía para solicitud de servicios de agua y luz

## ANEXO 1



### Cuestionario para Vecinos Sector II



A continuación se le presentarán una serie de preguntas, las cuales se le agradecerá contestar para que puedan formar parte de la Tesis de Diagnostico y Propuesta de Comunicación entre Administración, Ejecutivos de Ventas y Vecinos del sector II del proyecto habitacional Residenciales Jardines del Norte.

1. ¿Cuál es su rango de edad?

1) 18 -25 \_\_\_\_\_ 2) 26-35 \_\_\_\_\_ 3) 36- 45 \_\_\_\_\_ 4) 46- 60 \_\_\_\_\_

2. ¿Cuál es el sexo del entrevistado?

1) Femenino \_\_\_\_\_ 2) Masculino \_\_\_\_\_

3. ¿Cuántos años tiene de pertenecer al proyecto habitacional Residenciales Jardines del Norte?

1) 1 a 3 años \_\_\_\_\_ 2) 4 a 6 años \_\_\_\_\_ 3) 7 años más \_\_\_\_\_

4. ¿Con cuál de estos grupos tiene usted más comunicación?

1) Administración \_\_\_\_\_ 2) Ejecutivos de Ventas \_\_\_\_\_ 3) Asociación de Vecinos \_\_\_\_\_

5. ¿Cómo calificaría su relación con el grupo que seleccionó en el numeral anterior?

1) Buena \_\_\_\_\_ 2) Regular \_\_\_\_\_ 3) Mala \_\_\_\_\_

6. ¿Cuál es la forma más fácil para poderse comunicar con usted?

1) Verbal \_\_\_\_\_ 2) Escrita \_\_\_\_\_

7. ¿Cuál de estos medios le gustaría que se utilizará al comunicarse con usted?

1) Reuniones \_\_\_\_\_ 2) Visitas a casa \_\_\_\_\_ 3) Volantes \_\_\_\_\_

4) Carteles / Mantas \_\_\_\_\_

8. De las opciones que se presentan a continuación, ¿cuál cree que sería conveniente mejorar?

1) Imagen y Ornato \_\_\_\_\_ 2) Comunicación \_\_\_\_\_ 3) Seguridad \_\_\_\_\_

## ANEXO 2

### Matriz de Datos Cuestionarios

No.	Pregunta	Objetivo de la pregunta	Respuestas			
			1	2	3	4
1	¿Cuál es su rango de edad?	Conocer la cantidad de años del entrevistado	16	33	21	9
2	¿Cuál es el sexo del entrevistado?	Sexo del entrevistado	44	35		
3	¿Cuántos años tiene de pertenecer al proyecto habitacional Residenciales Jardines del Norte?	Tiempo de habitar en el proyecto habitacional	29	38	12	
4	¿Con cuál de estos grupos tiene usted más comunicación?	¿Con que grupo se entiende mejor?	38	15	26	
5	¿Cómo calificaría su relación con el grupo que seleccionó en el numeral anterior?	¿Cuál es el grado de aceptación que tiene cada grupo?	18	36	25	
6	¿Cuál es la forma más fácil de comunicarse con usted?	¿Cómo prefieren comunicarse?	49	30		
7	¿Cuál de estos medios le gustaría que se utilizara al comunicarse con usted?	¿Cuál es el mejor medio de comunicación que se puede utilizar?	36	10	15	18
8	De las opciones que se presentan a continuación ¿cuál cree sería conveniente mejorar?	Áreas de mejora	22	33	24	

## ANEXO 3



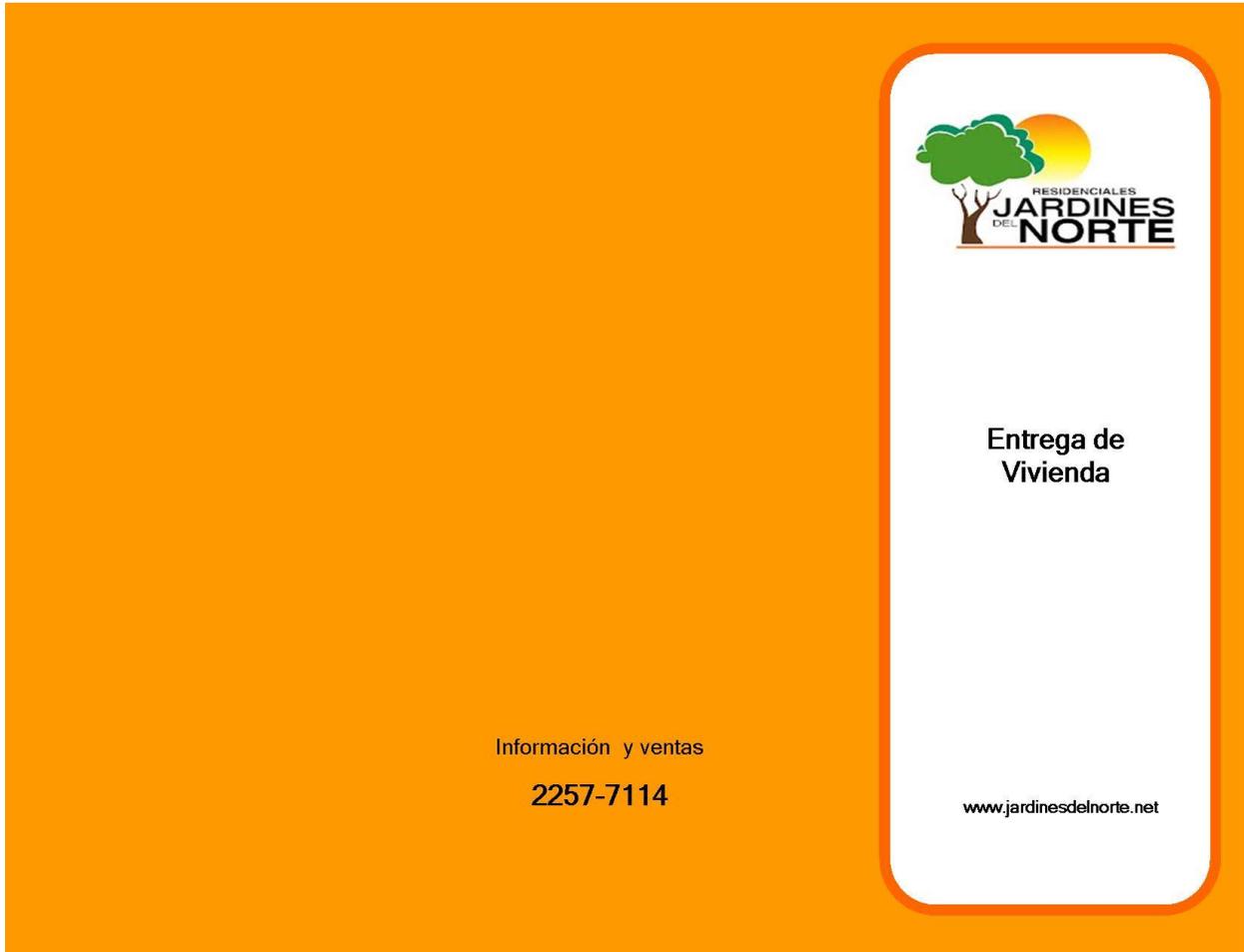
### Entrevista de Profundidad No Estructurada para Administración y Ejecutivos de Ventas



**Objetivo:** Establecer una conversación relajada en donde el entrevistado pueda proporcionar la información necesaria para poder desarrollar un FODA.

1. ¿Cuánto tiempo tiene usted de conocer el funcionamiento del Residencial?
2. Durante el tiempo mencionado, ¿Cuáles han sido las situaciones más difíciles de afrontar?
3. Tendrá alguna anécdota importante que quisiera compartirme durante el tiempo que ha estado en este lugar.
4. ¿Qué fue lo que le hizo formar parte de este proyecto habitacional?
5. ¿Considera usted que existe el lugar a tenido mejoras? ¿Cuáles?
6. ¿Qué es lo que más le agrada del sector II?
7. ¿Qué es lo que más le disgusta del sector II?
8. ¿Considera usted que hay problemas de comunicación? ¿Por qué?
9. De acuerdo a su punto de vista habrán cosas que hay que mejorar para tener un ambiente agradable.
10. ¿Se siente amenazado por alguna razón?

## ANEXO 4

A large orange rectangular graphic with rounded corners. On the right side, there is a white rounded rectangle containing the logo for 'RESIDENCIALES JARDINES DEL NORTE' (a tree and sun icon), the text 'Entrega de Vivienda', and the website 'www.jardinesdelnorte.net'. In the center of the orange area, the text 'Información y ventas' and the phone number '2257-7114' are displayed.

RESIDENCIALES  
**JARDINES  
DEL NORTE**

**Entrega de  
Vivienda**

[www.jardinesdelnorte.net](http://www.jardinesdelnorte.net)

Información y ventas  
**2257-7114**



Le damos la más cordial bienvenida al proyecto habitacional Residenciales Jardines del Norte, agradeciendo la elección realizada al preferirnos y permitir acompañarle en tan importante decisión.

Se elaboro la presente información con el objeto de ayudarle en el proceso de entrega de su vivienda y aclarar cualquier duda que pudiera surgir en el mismo.

#### Pasos a llevar a cabo:

1. El ejecutivo de ventas, se comunicará con usted para concertar una cita y poder firmar los siguientes documentos :
  - Contrato de promesa de compra venta de la propiedad entre su persona y Olympus Ventas Inmobiliarias, S.A.
  - Escritura pública que contiene el contrato de compra venta de inmueble con hipoteca cedulaaria entre el FHA y usted. En este documento se encuentran todas las especificaciones de la residencia así como las medidas de la misma. Además, menciona el saldo a financiar, plazo y tasa de interés.
  - Certificado de Garantía por parte del FHA en el que se indica que la vivienda fue construida con todas las normas que esta entidad requiera, además menciona el plazo de vigencia que tiene para hacer cualquier reclamo en artefactos sanitarios, ventanas, puertas, closets, terrazas e instalaciones sanitarias, hidráulicas, eléctricas y el resto de la construcción.
- Compromiso por parte de la Asociación de Vecinos, para cumplir con el reglamento vigente dentro del residencial.
2. En un plazo aproximadamente de 15 días, después de haber firmado los documentos; la administración del residencial le estará contactando para concertar una reunión y poderle entregar las llaves de la vivienda.
3. El día de la entrega de llaves, se hará un recorrido en donde se muestra la vivienda terminada con sus respectivas instalaciones sanitarias y eléctricas.
4. Por último se entrega un juego completo de los documentos firmados.

**ANEXO 5**

<p><a href="http://www.jardinesdelnorte.net">www.jardinesdelnorte.net</a></p>	 <p><b>Residenciales JARDINES DEL NORTE</b></p> <p><b>Contactos en caso de emergencia</b></p>
---	---



Se presenta un grupo de números telefónicos, que pueden ser utilizados en caso de presentarse un funcionamiento anómalo dentro de la vivienda o bien en una emergencia.

#### CONTACTOS

Administración	2257-7114
Garita de Seguridad	2257-7021
Empresa Eléctrica	2277-7070
TELGUA	2333 1530 147-100
Policía Nacional Civil	112 / 120
Bomberos Municipales	123
Bomberos Voluntarios	122

## ANEXO 6



[www.jardinesdelnorte.net](http://www.jardinesdelnorte.net)

### Servicio de Agua Potable

Este servicio es otorgado por la empresa Aguas de Horeb, S.A. estando sus oficinas centrales en la 7ª. Avenida 7-707, zona 4 Edificio El Patio; teléfonos 2331-5731 / 2331-5721.

Para que pueda contar con este servicio es necesario hacer lo que se menciona a continuación:

- Una semana antes de realizar la mudanza a su vivienda, dirigirse a la casa G-1 ubicada dentro del residencial en el sector I. En este lugar se encuentra una oficina de Aguas de Horeb, S.A. para conveniencia de los vecinos.
- Cancelar la cantidad de Q800.00 correspondiente a la instalación del servicio.
- Tres días después de haber cancelado el servicio de instalación verificar que la misma haya sido hecha y que todo este funcionando bien.

### Servicio de Energía Eléctrica

Para que se pueda efectuar la conexión de este servicio es necesario dirigirse a la Empresa Eléctrica de Guatemala.

Se detallan los requisitos en caso de ser nuevo servicio:

- Informe del electricista que avala técnicamente la instalación de su servicio y la verificación de su acometida de acuerdo a las normas vigentes.
- Hoja Verificable, para la consignación de los datos de este cuestionario se sugiere la asesoría correspondiente de su electricista. (cuestionario que se entrega gratuitamente en cualquier agencia de EEGSA).
- Constancia de propiedad.

a) Escritura con dirección catastral si dicha escritura no tuviera la dirección, deberá agregar la carta del Departamento de Catastro de la Municipalidad que le corresponde relacionando los datos de la escritura con la dirección catastral.

b) Si aún no tiene escritura porque el terreno está en proceso de compra a una urbanizadora o lotificadora, deberá entregar la carta de la lotificadora dirigida a Empresa Eléctrica informando quien es el propietario y la dirección.

- Fotocopia de la cédula de la persona que se constituirá como Cliente de EEGSA

- Proporcionar la siguiente información del Contratante:  
a) NIT  
b) Teléfono  
c) Dirección de cobro si en caso fuera diferente a la de la instalación

En caso necesitará mayor información, además de descargar los documentos necesarios para efectuar esta solicitud visitar la página en internet [www.eegsa.com](http://www.eegsa.com)