

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



**“LA COMUNICACIÓN EXTERNA DE LA
MUNICIPALIDAD DE SAN MIGUEL PETAPA”**

LOREN STEFANY SALAZAR TALÉ

Guatemala, mayo de 2016

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

**“LA COMUNICACIÓN EXTERNA DE LA
MUNICIPALIDAD DE SAN MIGUEL PETAPA”**

Trabajo de Graduación presentado por:

LOREN STEFANY SALAZAR TALÉ

Previo a optar al Título de:

LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Asesor:

Lic. Julio Estuardo Sebastián Chilín

Guatemala, mayo de 2016

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

Director

M.Sc. Sergio Morataya García

Representantes Docentes

Lic. Mario Campos

M.A. Gustavo Morán

Representantes Estudiantiles

Pub. Carlos León Cantón

Pub. William Joseph Mena

Representantes de los Egresados

M.A. Jhonny Michael González

Secretaria Administrativa

M. Sc. Claudia Molina

Tribunal Examinador

Lic. Julio Estuardo Sebastian Chilín, presidente

M.A. Jairo Rafael Alarcón Rodas, revisor

M.A. Amanda Ballina Talento, revisora

Dr. Gustavo Bracamonte Cerón, examinador

M.A. Juan Alberto González, examinador

M.A. Donaldo Vásquez Zamora, suplente



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

Guatemala, 07 de Mayo de 2015
Dictamen aprobación 49-15
Comisión de Tesis

Estudiante
Loren Stefany Salazar Talé
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Ciudad de Guatemala

Estimado(a) estudiante **Salazar Talé:**

Para su conocimiento y efectos, me permito transcribir lo acordado por la Comisión de Tesis en el inciso 1.24 del punto 1 del acta 06-2015 de sesión celebrada el 07 de Mayo de 2015 que literalmente dice:

1.23 Comisión de Tesis acuerda: A) Aprobar al (la) estudiante Loren Stefany Salazar Talé, carné 201016385, proyecto de tesis LA COMUNICACIÓN EXTERNA DE LA MUNICIPALIDAD DE SAN MIGUEL PETAPA Y SUS HABITANTES. B) Nombrar como asesor(a) a: Licenciado Julio Estuardo Sebastian Chilin.

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/Ingrid Dávila



USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala

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



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

290-15

Guatemala, 24 de julio de 2015.
Comité Revisor/ NR
Ref. CT-Akmg 40-2015

Estudiante
Loren Stefany Salazar Talé
Carné **201016385**
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Ciudad Universitaria, zona 12.

Estimado(a) estudiante **Salazar**:

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: LA COMUNICACIÓN EXTERNA DE LA MUNICIPALIDAD DE SAN MIGUEL PETAPA Y SUS HABITANTES.

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

Lic. Julio Sebastian, presidente(a).
M.A. Jairo Alarcón, revisor(a).
M.A. Amanda Ballina, revisor(a).

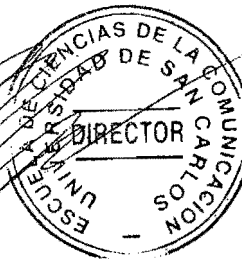
Atentamente,

ID Y ENSEÑADA A TODOS



[Handwritten Signature]
M.A. Aracelly Mérida
Coordinadora Comisión de Tesis

[Handwritten Signature]
Lic. Julio E. Sebastián Ch.
Director ECC



Copia: comité revisor.
Larissa Melgar.
Archivo.
AM/Eunice S.



USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala

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

Autorización por comité revisor de informe final

Guatemala, 13 de octubre de 2015

M.A. Aracelly Mérida
Coordinadora,
Comisión de Tesis,
Escuela de Ciencias de la Comunicación,
Edificio de Bienestar Estudiantil
Ciudad Universitaria

Estimada M.A. Aracelly Mérida

Atentamente informamos a usted que la estudiante Loren Stefany Salazar Talé, carné 2010 16385 ha realizado las correcciones y recomendaciones a su TESIS, cuyo título final es: "La comunicación externa de la Municipalidad de San Miguel Petapa y sus habitantes".

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

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"



M.A. Jairo Alarcón
Miembro Comisión Revisora



M.A. Amanda Ballina
Miembro Comisión Revisora



Lic. Julio Sebastián
Presidente Comisión Revisora

c.c. Archivo



Escuela de Ciencias de la Comunicación

Universidad de San Carlos de Guatemala

018-16

Guatemala, 11 de febrero de 2016.
Tribunal Examinador de Tesis/N.R.
Ref. CT-Akmg- No. 01-2016

Estudiante
Loren Stefany Salazar Talé
Carné **201016385**
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Ciudad Universitaria, zona 12

Estimado(a) estudiante **Salazar**:

Por este medio le informamos que se ha nombrado al tribunal examinador para que evalúe su trabajo de investigación con el título **LA COMUNICACIÓN EXTERNA DE LA MUNICIPALIDAD DE SAN MIGUEL PETAPA Y SUS HABITANTES**, siendo ellos:

Lic.	Julio Estuardo Sebastian Chilin,	presidente(a)
M.A.	Jairo Rafael Alarcón Rodas,	revisor(a).
M.A.	Amanda Ballina Talento,	revisor(a)
Dr.	Gustavo Adolfo Bracamonte Cerón,	examinador(a).
M.A.	Juan Alberto González Jacobo,	examinador(a).
M.A.	Donaldo Vásquez Zamora,	suplente.

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

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

Atentamente,

ID Y ENSEÑAD A TODOS

M.Sc. Sergio Vinicio Morataya Garcia
Director ECC



M.A. Aracelly Mérida
Coordinadora Comisión de Tesis



Copia: comité revisor.
Larissa Melgar.
Archivo.
AM/SVMG/Eunice S.

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



Escuela de Ciencias de la Comunicación

Universidad de San Carlos de Guatemala

176-16

Guatemala, 04 de mayo de 2016.

Orden de impresión/NR

Ref. CT-Akmg- No. 09-2016

Estudiante

Loren Stefany Salazar Talé

Carné **201016385**

Escuela de Ciencias de la Comunicación

Ciudad Universitaria, zona 12



Estimado(a) estudiante **Salazar**:

Nos complace informarle que con base a la **autorización de informe final de tesis por asesor**, con el título: **LA COMUNICACIÓN EXTERNA DE LA MUNICIPALIDAD DE SAN MIGUEL PETAPA**, se emite la orden de impresión.



Apreciaremos que sean entregados un ejemplar impreso y un disco compacto en formato PDF, en la Biblioteca Central de esta universidad, tres ejemplares y dos discos compactos en formato PDF, en la Biblioteca Flavio Herrera y nueve 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 las calidades para desenvolverse en cualquier empresa en beneficio de Guatemala, por lo que le deseamos toda clase de éxitos en su vida.

Atentamente,



M.Sc. Sergio Vinicio Morataya García
Director ECC



M.A. Aracelly Mérida
Coordinadora Comisión de Tesis

Copia: archivo
SVMG/AM/Eunice S.

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

Índice

Resumen	i
Introducción	iii

Capítulo I

1. Marco Conceptual

1.1. Título de Tema	01
1.2. Antecedentes del Problema	01
1.3. Justificación	02
1.4. Planteamiento del Problema	03
1.5. Alcances y Límites	05
1.5.1. Objetivo de Estudio	05
1.5.2. Alcance Geográficos	05
1.5.3. Alcance Temporal	05
1.5.4. Alcance Poblacional	05
1.5.5. Limitación Institucional	05

Capítulo II

2. Marco Teórico

2.1. Comunicación	06
2.2. Elementos de la comunicación	07
2.2.1. Comunicador o emisor	07
2.2.2. Perceptor o receptor	08
2.2.3. Mensaje	08
2.2.4. Canal	08
2.2.5. Código	09
2.2.6. Contexto	09
2.2.7. Retorno	10
2.3. Clases de comunicación	10

2.3.1. Comunicación intrapersonal	10
2.3.2. Comunicación interpersonal	11
2.3.3. Comunicación organizacional	11
2.3.3.1. Comunicación externa	12
2.3.3.1.1. Objetivos de la comunicación externa	13
2.3.3.1.2. Funciones de la comunicación externa	13
2.3.3.1.3. Herramientas de la comunicación externa	14
a. Publicidad	14
b. Relaciones Públicas	14
c. Publicity	15
d. Comunicados de prensa	16
e. Mecenazgo	16
f. Patrocinio	17
g. Mailing o Correo electrónico	17
h. Infomóvil	18
i. Sitio web	18
j. Medios alternativos	19
2.4. Datos del municipio	20
2.4.1. Ubicación geográfica	20
2.4.2. Extensión territorial	20
2.4.3. Idioma	20
2.4.4. Mapa del municipio de San Miguel Petapa	20
2.5. ¿Qué es Municipalidad?	21
2.6. Municipalidad de San Miguel Petapa	21
2.6.1. Visión	21
2.6.2. Misión	21
2.6.3. Políticas	21
2.6.4. Objetivos	22
2.6.5. Meta	23
2.6.6. Estructura organizacional	23

Capítulo III

3. Marco Metodológico

3.1. Método	25
3.2. Tipo de investigación	25
3.3. Objetivos	25
3.4. Técnicas	26
3.5. Instrumentos	26
3.6. Población o Universo	26
3.7. Muestra	26
3.8. Procedimiento	27

Capítulo IV

4. Análisis de Resultados

4.1. Entrevistas	28
4.2. Encuestas	32
4.3. Guía de observación	52
Conclusiones	54
Recomendaciones	55
Referencia Bibliográfica	56
E-grafía	58
Anexos	60

Índice de tablas

Tabla 1:	Género	32
Tabla 2:	Edad	33
Tabla 3:	Estado civil	34
Tabla 4:	Tipo de vivienda	35
Tabla 5:	Nivel académico	36
Tabla 6:	¿Sabe cómo se llama el Alcalde del municipio de San Miguel Petapa?	37
Tabla 7:	¿Ha visitado el Alcalde la colonia o sector en donde vive?	38
Tabla 8:	¿Sabe si el Alcalde ha rendido algún informe en lo que lleva de gobierno?	39
Tabla 9:	¿Sabe en dónde está ubicada la municipalidad de San Miguel Petapa?	40
Tabla 10:	¿Ha visitado la municipalidad de San Miguel Petapa?	41
Tabla 11:	¿Qué tan seguido visita la municipalidad?	42
Tabla 12:	¿Cómo evalúa la atención que le brindaron en la municipalidad?	43
Tabla 13:	¿Sabe a dónde acudir cuando necesita información sobre actividades de la Municipalidad?	44
Tabla 14:	¿Conoce que proyectos está realizando la municipalidad actualmente?	45
Tabla 15:	¿Considera que la municipalidad cumple con informar a la población acerca de todas sus actividades y servicios?	46
Tabla 16:	¿A través de qué medios se informa de las actividades que realiza la municipalidad?	47
Tabla 17:	Periódico	48
Tabla 18:	Radio	49
Tabla 19:	Redes sociales	50
Tabla 20:	Medios alternativos	51

Índice de gráficas

Gráfica 1:	Género	32
Gráfica 2:	Edad	33
Gráfica 3:	Estado civil	34
Gráfica 4:	Tipo de vivienda	35
Gráfica 5:	Nivel académico	36
Gráfica 6:	¿Sabe cómo se llama el Alcalde del municipio de San Miguel Petapa?	37
Gráfica 7:	¿Ha visitado el Alcalde la colonia o sector en donde vive?	38
Gráfica 8:	¿Sabe si el Alcalde ha rendido algún informe en lo que lleva de gobierno?	39
Gráfica9:	¿Sabe en dónde está ubicada la municipalidad de San Miguel Petapa?	40
Gráfica10:	¿Ha visitado la municipalidad de San Miguel Petapa?	41
Gráfica 11:	¿Qué tan seguido visita la municipalidad?	42
Gráfica 12:	¿Cómo evalúa la atención que le brindaron en la municipalidad?	43
Gráfica 13:	¿Sabe a dónde acudir cuando necesita información sobre actividades de la municipalidad?	44
Gráfica 14:	¿Conoce que proyectos está realizando la municipalidad actualmente?	45
Gráfica 15:	¿Considera que la municipalidad cumple con informar a la población acerca de todas sus actividades y servicios?	46
Gráfica16:	¿A través de qué medios se informa de las actividades que realiza la municipalidad?	47
Gráfica 17:	Periódico	48
Gráfica 18:	Radio	49
Gráfica 19:	Redes sociales	50
Gráfica 20:	Medios alternativos	51

Resumen

Título: La comunicación externa de la Municipalidad de San Miguel Petapa.

Autora: Loren Stefany Salazar Talé

Universidad: San Carlos de Guatemala.

Unidad Académica: Escuela de Ciencias de la Comunicación.

Problema Investigado: Es eficiente la comunicación externa entre la Municipalidad de San Miguel Petapa.

Procedimiento para obtener los datos:

Para la realización de este estudio se inició con la recopilación de información acerca de la comunicación externa, luego de obtener la información teórica, se presentó una carta al Centro de Salud Pública y Asistencia Social en donde se solicitaba el número de habitantes en del municipio de San Miguel Petapa para obtener datos verídicos.

Se entrevistó al personal del departamento de Relaciones Públicas de la Municipalidad y se pasaron encuestas a los habitantes del municipio y así conseguir los resultados requeridos del estudio.

Por último se realizó un recorrido en los lugares en donde se podía obtener las respuestas de la guía de observación para reforzar la información que fue brindada por los ciudadanos y los trabajadores de la Municipalidad de San Miguel Petapa.

Resultados y conclusiones:

Según la investigación realizada se concluyó que el Departamento de Relaciones Públicas de la municipalidad carece de un mecanismo de información adecuado que le permita tener una mejor comunicación para con los pobladores y hacerles saber sobre las obras realizadas en el municipio; además se caracterizó por priorizar la imagen del Alcalde perdiendo totalmente el enfoque de su visión.

El Alcalde del municipio no tuvo como prioridad mejorar la comunicación rindiendo informes del trabajo realizado a los habitantes según su objetivo de gobierno propuesto; las políticas de la municipalidad no son efectivas porque el 62.2% de la población no recibe información de las actividades y servicios realizados. La municipalidad es una organización que es visitada por los habitantes del municipio por lo que no se está aprovechando la oportunidad de transmitir información y la atención que brinda la municipalidad a los habitantes debe mejorarse para brindar una atención excelente y así mantener una buena imagen.

Introducción

La comunicación externa entre una institución gubernamental es importante para el sostenimiento de una población, existe una necesidad vital para que estas dos áreas tengan un crecimiento mutuo, sobre todo el servicio y compromiso que la institución tiene con sus habitantes.

Esta investigación se basa en realizar un diagnóstico de comunicación externa de la Municipalidad de San Miguel Petapa, se evalúa y analiza la comunicación utilizando instrumentos y técnicas necesarias.

Se divide en cuatro capítulos, el primero aborda el marco conceptual se expone los antecedentes del problema, la justificación de la investigación, el planteamiento del problema y sus alcances y límites.

El marco teórico abarca todos los temas que apoyan y respaldan la comunicación externa, abarcando la comunicación en general, sus elementos, las clases de comunicación y los objetivos, funciones y herramientas de la comunicación externa y se describen datos generales del municipio de San Miguel Petapa e información institucional a cerca de la Municipalidad.

En el marco metodológico se desarrolló, el método y tipo de investigación, los objetivos generales y específicos, las técnicas e instrumentos que se gestionaron para la realización de la investigación, la población y muestra, el procedimiento que se llevó a cabo en todo el diagnóstico e interpretaciones.

Finalmente se presenta el análisis de resultados, desglosando los instrumentos que se utilizaron para la investigación con sus respectivos análisis y evaluación, estas son: las entrevistas, la encuesta y las guías de observación.

Después de obtener los resultados se presentan las conclusiones del proyecto de investigación, recomendaciones, referencias bibliográficas, e-grafías o fuentes de internet utilizadas y los anexos. En este último se adjuntan el cuestionario utilizado para las entrevistas, el formato de la encuesta que se pasó a la población y las guías de observación.

Capítulo I

1. Marco Conceptual

1.1. Título del tema

La comunicación externa de la Municipalidad de San Miguel Petapa.

1.2. Antecedentes del Problema

En toda institución pública es muy importante la comunicación con los habitantes, al conseguir una buena comunicación se puede desarrollar una relación sólida y confortable que contribuya al beneficio de los habitantes y de la municipalidad.

La comunicación entre una municipalidad con los residentes que tiene a cargo es difícil de establecer, sin embargo, con una estrategia de comunicación eficaz pueden romper toda la desconfianza o inseguridad que los habitantes comúnmente tienen hacia las autoridades de cada municipio.

La comunicación externa es un tema renovador, ya que ahora las empresas o identidades se enfocan en tener influencia positiva hacia sus clientes o grupo objetivo, estos deben ampliar sus campos y conocer qué tipo de herramientas deben utilizar para elevar su potencial, así como irse actualizando en la tecnología.

En la Escuela de Ciencias de la Comunicación se han realizado tesis acerca de la comunicación externa, sin embargo, no están relacionadas con este objeto de estudio. Entre estas tesis se encuentran: Suni Elizabeth Velásquez López; “Diagnóstico del Funcionamiento del Departamento de Relaciones Públicas de la Municipalidad de Villa Canales” (2012); Regina Román Chávez “La página web de la Municipalidad de Villa Nueva, una herramienta de comunicación institucional y de servicio” (2010).

La tesis de Jorge Adolfo de Jesús Sandoval Per “Estrategia para el fortalecimiento de Comunicación Institucional e Imagen Institucional de la Municipalidad de

Jocotenango del departamento de Sacatepéquez” (2012) y el trabajo profesional de Acisclo Waldemar Urizar Quiñonez; “Comunicación externa entre la Municipalidad de San Andrés Sajcabajá, el Quiché y su población” (2014).

1.3. Justificación

En las municipalidades del territorio guatemalteco se figura un débil impacto de comunicación externa, las identidades gubernamentales descuidan la comunicación con los ciudadanos, no informan las labores que han realizado o los trabajos que están por realizar, además los pobladores se desinteresan de recibir esta información y de entablar una conexión con la municipalidad, estos pueden tener otro tipo de enfoque o de intereses, como consecuencia surge la falta de retroalimentación entre la municipalidad y sus habitantes y sin la retroalimentación respectiva no se logrará una comunicación sólida y eficaz.

Los habitantes deben exigir la obligación que tienen las municipalidades para que estas les comuniquen todo lo que se realiza y lo que no, en ocasiones los candidatos a Alcaldes únicamente informan que realizarán en el municipio cuando están a punto de ser electos, después de esto, es muy escasa la comunicación que estos establecen con los habitantes.

Es inusual recibir una carta o memo, de parte de la municipalidad, en los hogares de sus residentes informando sobre alguna obra importante que esta por realizarse o algún fallo que pueda presentarse en el pueblo, únicamente recuerdan el pago del IUSI o el pago del ornato.

Al cumplir las municipalidades con la comunicación a cabalidad pueden tener una gran ventaja en sus próximas elecciones, porque con la comunicación se puede resolver cada uno de los problemas que los ciudadanos puedan tener, por el contrario, si la municipalidad carece de una buena comunicación con sus habitantes ellos tienden a desconfiar de la administración municipal, a pesar que esta responsabilidad es de ambas partes, pero tienen mayor compromiso las identidades

gubernamentales con el pueblo, por ello las municipalidades deben establecer una comunicación externa eficaz.

Al realizarse este estudio sobre la comunicación externa entre la Municipalidad de San Miguel Petapa y sus habitantes existen diferentes beneficiados, con este estudio se pueden conocer las debilidades y fortalezas de la comunicación externa de la municipalidad y con esto pueden tomar mejores decisiones sobre cómo comunicarse con los habitantes y además cómo hacer que ellos se comuniquen con la municipalidad.

En especial fue beneficiado el Departamento de Relaciones Públicas de la municipalidad de San Miguel Petapa, ya que este departamento es el encargado de informarle al pueblo de las actividades y trabajos que se han realizado o realizarán, además deben abarcar todas las áreas que tiene la comunicación, para que los habitantes estén informados en su totalidad.

En este estudio de comunicación se abarcó el nivel de funcionalidad que tiene cada una de las herramientas que utilizan para comunicarse con los habitantes del municipio, además se evaluó el trabajo que realiza el Departamento de Relaciones Públicas para obtener datos acerca de la labor que los trabajadores realizan.

1.4. Planteamiento del problema

San Miguel Petapa en 1960 se comunicaba por medio de bandos, consistía en pasar por cada esquina anunciado con tambores los avisos de la municipalidad, de esa forma los que se acercaban a las esquinas comunicaban a los demás pobladores el anuncio, sin embargo, el crecimiento del mismo obligó a renovar las formas de comunicación dentro del municipio y por consiguiente los habitantes se mostraron poco interesados con el paso de los años.

Sin embargo, la municipalidad adquiere la obligación de comunicar a la población constantemente, con utilizar diferentes herramientas de comunicación y estrategias

que ayudaron a mejorar la calidad de información hacia los habitantes y así esperar una reacción de parte de este municipio.

La comunicación se toma como una forma de crear vínculos imprescindibles entre las municipalidades y los habitantes, esta relación fue manejada de forma ineficaz en muchas ocasiones, no se tiene una comunicación constante y probablemente los problemas que los residentes del municipio puedan tener no se resuelven eficientemente, además de las sugerencias o comentarios que estos puedan brindar a esta identidad, se debe conocer si fueron tomadas en cuenta o simplemente quedan como textos.

Lo antes mencionado se resumió en la interrogante ¿Cómo es la comunicación externa entre la Municipalidad de San Miguel Petapa con sus habitantes?, también surgieron otras interrogantes ¿La Municipalidad comunica eficazmente lo que realizan a los habitantes del municipio de San Miguel Petapa?, ¿Cómo se comunica la municipalidad con la población del casco urbano? estas interrogantes parten a la necesidad de saber cómo mejorar esta comunicación entre estos dos ejes.

En este estudio se pretendió abarcar las tres interrogantes para poder resolver la siguiente: ¿Es eficaz la comunicación externa entre la Municipalidad de San Miguel Petapa y sus habitantes?

1.5. Alcances y límites

1.5.1. Objeto de Estudio

Municipalidad de San Miguel Petapa y los habitantes de San Miguel Petapa.

1.5.2. Alcance Geográfico

Municipio de San Miguel Petapa, Guatemala.

1.5.3. Alcance Temporal

Se llevó a cabo de febrero a julio de 2015.

1.5.4. Alcance Poblacional

Personal de departamento de Relaciones Públicas y los habitantes municipio de San Miguel Petapa.

1.5.5. Limitación Institucional

Municipalidad de San Miguel Petapa.

Capítulo II

2. Marco Teórico

2.1. Comunicación

La palabra comunicación, según la Real Academia Española (1987), es la transmisión de señales mediante un código común al emisor y al receptor. Es indiscutible decir que la comunicación está vigente en todo ser humano, como indica Pedroni (1996, p. 122) “La comunicación es inherente a la esencia social del hombre y la mujer, pues nos comunicamos para poder interrelacionarnos y así establecernos como seres sociales”.

Interiano (2003, p. 9) “La comunicación es un fenómeno de interacción social. Toda sociedad necesita, para su desarrollo, establecer relaciones entre los hombres, y éstos con sus instituciones. La comunicación es el oxígeno de la sociedad”. Necesitamos estar en sociedad para desenvolvemos y superarnos diariamente en todas las áreas de la vida.

El Diccionario de comunicación refiere que (2003, p. 39) “Podemos afirmar que todo en nuestra vida es Comunicación. Sin ella, el ser humano no podría adaptarse a ninguna sociedad, civilización o cultura. Asimismo, tampoco sería capaz de sostener cualquier relación interpersonal y de hecho ni consigo mismo”.

Está fundamentado que sin la comunicación, el ser humano no se hubiera superado como lo ha hecho actualmente, el avance en su vida sería poco, si no es que nulo. Por ello es importante aclarar que la comunicación está en todas las áreas de la vida del ser humano, tanto en la personal, laboral, familiar, entre otras. La comunicación puede enlazar desde una ciencia hasta personas con diferentes formas de pensamiento.

Para este diagnóstico se debe tomar en cuenta la teoría de Rebeil sobre la importante que es la comunicación entre una institución (2006, p. 63) “La

comunicación es una actividad transversal a todos los quehaceres de la empresa y hoy se reconoce su valor para una buena gestión interna y externa de la empresa. Una de las mediciones que reflejan la madurez de las organizaciones es la forma como éstas se comunican y establecen relaciones eficientes con sus diversas audiencias”. Para ampliar este tema se detallará los elementos de la comunicación y las clases de comunicación.

2.2. Elementos de la comunicación

Como toda teoría, la comunicación debía tener un orden para ser plenamente comprensible y bien fundamentada. Todo esto da inicio con la proposición de Claude Elwood Shannon, según Schnaider y Zarowsky (2005, p. 12) “El modelo de comunicación de Shannon es lineal: supone un origen, el polo emisor, que transmite una señal, y un final en el polo receptor, que solo decodifica”. A partir de esta estructura van surgiendo conceptos más detallados de cada elemento de la comunicación:

2.2.1. Comunicador o emisor

Basado en Martínez y Nosnik (2008, p. 20) “El emisor pueden ser una o varias personas con ideas, información y propósitos para comunicar”. Sin el emisor no existiría el proceso de la comunicación, este elemento es la parte esencial para que surja el mensaje y así surga el círculo de toda comunicación, este decide cómo será transmitido su mensaje y la forma que el receptor recibirá su mensaje.

Según Interiano, (2003, p. 12) “El comunicador juega un papel importante en el proceso de comunicación y está sujeto, al emitir sus mensajes, a una serie de circunstancias que influyen directa o indirectamente en la elaboración y posterior transmisión de sus mensajes”.

2.2.2. Perceptor o Receptor

Según Schnaider y Zarowsky (Comunicación para principiantes, 2005, pág. 12) “El receptor efectúa generalmente la operación inversa a la realizada por el transmisor, decodificando la señal para reconstruir el mensaje”.

En palabras más sencillas nos explica Interiano (Semiología y Comunicación, 2003, pág. 13) “Es quien recibe el mensaje enviado por el comunicador. El perceptor puede ser individual o grupal. El perceptor capta, almacena, analiza, sintetiza y da una respuesta a los mensajes que recibe”.

2.2.3. Mensaje

En 1999, Velásquez afirma que “el mensaje es una secuencia de señales o signos que obedece a reglas pactadas por emisor y receptor. Cuando se comunica, se comunica algo: un contenido, ideas, órdenes, sentimientos. Mensaje es la información en sí; lo que el emisor comunica al receptor”. (p. 66)

Martínez y Nosnik especifica que (2008, p. 22) “El mensaje es la forma que se le da a una idea o pensamiento que el comunicador desea transmitir al receptor, y sea en forma verbal o no verbal”. El mensaje tiene que ser comprensible o de fácil decodificación para el receptor del mismo y así pueda surgir la retroalimentación o el retorno.

2.2.4. Canal

Schnaider y Zarowsky (2005, p. 12) indican que “es el medio usado para transmitir la señal desde el transmisor al receptor (p. e. el cable de teléfono o el aire)”. Así como lo explican en el libro comunicación para principiantes es el medio físico por el cual se transmite el mensaje del emisor al receptor.

Lo explica más a fondo Velásquez (Semiótica. Teoría de la mentira, 1999, pág. 67) “Es el vehículo, medio o instrumento a través del cual se transmite el mensaje: La voz humana, el micrófono, el teléfono, la radio, la televisión, etc.”

Además se debe tomar en cuenta lo que indican en el 2008, Martínez y Nosnik “Los medios de comunicación en la organización incluyen tanto los contactos personales como los diversos medios impresos, visuales, de audio y audiovisuales y otros medios electrónicos (páginas web, mails, etc.)” (Martínez de Velasco & Nosnik, p. 23)

2.2.5. Código

“Definimos al código como el conjunto estructurado de signos, en base a ciertas leyes propias, utilizado para la elaboración de mensajes”. Interiano (2003, p. 18). Si no se tiene el concepto de signo, es difícil comprender a que se refiere el código.

Según Pedroni (1996, p. 35) “Definimos al signo como una entidad, puesto que existe, perceptible, puesto que es aprehendida por los sentidos, que da información de algo distinto de sí misma. Esto quiere decir que el signo nunca significa él mismo. Apunta hacia otra cosa. Su esencia es “estar en lugar de”. El signo marca la ausencia de aquello en lugar de lo cual se ha colocado”.

“Por ejemplo, nuestro idioma es un código porque sus signos-letras-palabras-sonidos, corresponden a un orden de selección y combinación que ha venido estableciéndose desde los albores del castellano como lengua romance” explica Interiano (2003, p. 19)

2.2.6. Contexto

“El contexto es el marco socio-económico y cultural donde se difunden los mensajes en un determinado período histórico. Decimos que cada mensaje debe ser elaborado especialmente para ser transmitido a perceptores que pertenezcan a un contexto determinado”, así lo explica el escritor guatemalteco, Interiano. (2003, p. 20)

Como se indica en (www.significados.com, s.f.) “El contexto es muy importante en la comunicación, pues las variaciones en un mismo lenguaje y las diferencias

culturales hacen que aquello que para unos es correcto, para otros pueda no serlo. Por lo que el contexto es una de las principales áreas que se debe analizar cuando se va a hablar con otra persona.”

2.2.7. Retorno

El retorno es la respuesta que se le da al mensaje, si este elemento no se llegara a realizar se convertiría en información. Según Interiano (2003, p. 21) “Es el proceso mediante el cual se da una respuesta a los mensajes recibidos. Se llama también retroalimentación. Dicha respuesta puede darse, utilizando el mismo código y canal o con código y canales distintos”.

“La retroalimentación suministra una vía para la respuesta del receptor al mensaje del emisor. Dicha respuesta (verbal o no verbal) permite al emisor determinar si el receptor ha recibido o no su mensaje, y si éste ha producido en dicho receptor la respuesta pretendida.” Martínez y Nosnik (2008, p. 25)

2.3. Clases de Comunicación

2.3.1. Comunicación intrapersonal

Como indica Garduño Martínez (2012) “Es la que mantienes contigo mismo, el diálogo interno. Es decir la comunicación intrapersonal es el conocimiento de los aspectos internos de sí mismo: acceso al universo emocional interno, a la sucesión personal de sentimientos”.

Pero esta comunicación también se da en forma ordenada como lo enseña Interiano (2003, p. 39) “esta comunicación no se da en forma desordenada, hay canales específicos (los nervios) y centro regulador de la información (el cerebro)”.

También Interiano describe seis pasos de la comunicación intrapersonal: (2003, p. 41) captación, almacenamiento, recuperación, elaboración, decisión y transmisión. Al realizar estos seis pasos se logra una correcta comunicación intrapersonal.

2.3.2. Comunicación interpersonal

Según el Diccionario de la comunicación (1991, p. 260) “la comunicación interpersonal destacan las contribuciones de Miller y Steinberg sobre la explicación de este concepto. Según estos dos autores, la comunicación interpersonal es la que el sujeto desarrolla cuando basa primariamente su predicción de las acciones, motivaciones y formas de actuar de los demás en información psicológica, es decir, en información que diferencia los estímulos”.

“La comunicación interpersonal sirve para marcar objetivos y tácticas, para reportar problemas y dificultades, en definitiva para dar cohesión, fluidez, flexibilidad, coherencia, energía, motivación y empuje al equipo”, según la revista Seguridad y Políticas Industriales. (Pájaro Novoa, 2010). La comunicación interpersonal es la relación que una persona tiene con otra y de esto se parte a la comunicación social y humana.

2.3.3. Comunicación organizacional

“La comunicación cuando se aplica en las organizaciones es denominada comunicación organizacional. Esta comunicación se da naturalmente en toda organización, cualquiera que sea su tipo o su tamaño y en consecuencia no es posible imaginar una organización sin comunicación. Es esencial para la integración de las funciones administrativas”. Según (Contreras, 2011).

Señala la Ma. Corella que “la forma como se entiende el proceso de la comunicación en las organizaciones ha ido evolucionando conforme los estilos de liderazgo de los directivos, la cultura de las empresas, el ambiente laboral, los efectos de la globalización y los cambios que hayan acontecido paulatinamente”. (2006, p. 47)

La comunicación organizacional se divide en: comunicación interna y comunicación externa. Esta última es de suma importancia para este trabajo ya que de este tema parte el objeto de estudio.

2.3.3.1. Comunicación externa

“La comunicación exterior de una empresa es el conjunto de actividades generadoras de mensajes dirigidos a crear, mantener o mejorar la relación con los diferentes públicos objetivo del negocio, así como a proyectar una imagen favorable de la compañía o promover actividades, productos y servicios”. (Morales Rosas, 2009)

La comunicación externa es parte esencial a toda institución, sin embargo, esta debe estar fundamentada en buenas estrategias para lograr alcanzar su objetivo. Basado en lo que escribió Ramos (1991, pp. 29-30) la comunicación externa “es la que se origina entre uno o varios de los miembros de la organización con las personas que no pertenecen a ella. Esta comunicación puede efectuarse dentro o fuera de las instalaciones de la organización”.

Este tipo de comunicación “tiene como fin informar y ser totalmente eficaz en el mensaje que se transmita a las masas, este conlleva tres tipos de comunicación para el mejor desenvolvimiento de una empresa”. (Sánchez Calero, 2005):

- a) Comunicación externa operativa: Es aquella que se realiza para el desenvolvimiento diario de la actividad empresarial, se efectúa con todos los públicos externos de la compañía.
- b) Comunicación externa estratégica: Tiene por finalidad enterarse de los posibles datos de la competencia, la evolución de las variables económicas, los cambios en la legislación laboral, etc.
- c) Comunicación externa de notoriedad: Su finalidad es mostrar a la empresa como una institución que informa dando a conocer sus productos, mejorar su imagen, etc. Mediante la publicidad, promoción, donaciones, etc.

2.3.3.1.1. Objetivos de la comunicación externa

Basado en la página (<http://www10.ujaen.es/>, 2010) los objetivos de la comunicación externa son:

- Informar a los clientes de lo que la unidad ofrece.
- Desarrollar políticas de alianza con otros servicios para compartir acciones y procedimientos
- Generar credibilidad y confianza hacia los clientes.
- Posibilitar mecanismos de retroalimentación de la información para comprobar el grado de satisfacción de los clientes.

2.3.3.1.2. Funciones de la comunicación externa

En el libro que escribió Ramos (1991, pp. 50-51) detalla responsabilidades que el departamento de comunicación interna y comunicación externa deben cumplir, entre estas se encuentran:

- Planear, estructurar y difundir toda la información relacionada con las actividades, programadas, proyectos, productos y servicios de la organización.
- Planear, editar y distribuir las publicaciones que reflejen las actividades y productos de la organización
- Planear, jerarquizar y diseñar la información que será difundida a través de los distintos medios de comunicación colectiva.
- Obtener de fuentes fidedignas la información de la organización que por su importancia deberá ser difundida.
- Revisar y corregir los textos que vayan a difundirse.
- Reunir la información necesaria para editar las publicaciones de la organización.
- Supervisar la correcta impresión de los materiales.
- Proporcionar el material fílmico o fotográfico, así como el equipo audiovisual necesario, al personal de la organización y a los medios de comunicación adecuados.

2.3.3.1.3. Herramientas de comunicación externa

a. Publicidad

Según el diccionario de la Real Academia Española, publicidad es (www.rae.es, 2012) “conjunto de medios que se emplean para divulgar o extender la noticia de las cosas o de los hechos”.

El escritor Merinero (1997, p. 105) dice que “La publicidad es un conjunto de técnicas de comunicación que utiliza el marketing de las empresas para dar a conocer a los consumidores sus productos y ofertas”.

Como describe Valls (1986, p. 47) “se considera publicidad todo lo que fluye de la empresa hacia el exterior con un único motivo, el de vender, incitar y persuadir a los consumidores para que adquieran el producto”.

Según la Escuela de Marketing y Publicidad (1994, p. 24), la publicidad pretende:

- Ayudar en sus tareas a la fuerza de venta.
- Dar a conocer productos y servicios.
- Comunicar un determinado mensaje.
- Crear una imagen de empresa.
- La promoción de ventas.
- Relaciones públicas hacia el consumidor
- Las acciones de fuerza de venta.

b. Relaciones Públicas

Según Ramos (1991, p. 45) las relaciones públicas “es el arte o técnica de expresar los argumentos esenciales a una audiencia específica, a través de un medio adecuado, con la mayor frecuencia posible”. Se explicará sobre las relaciones públicas a grandes rasgos por el papel importante que tienen en una institución.

Las relaciones publicas como indica Carlos Bonilla (La Comunicación: función básica de las relaciones públicas, 1988, pág. 41) “se describen como una disciplina socio-técnico-administrativa mediante la cual se analiza y evalúa la opinión y actitud de los públicos de una organización y se lleva a cabo un programa de acción planificado, continuo y de comunicación, basado en el interés de la comunidad y destinado a mantener una afinidad y solidaridad de los públicos con la organización, para promover el desarrollo recíproco”.

En esta área recae el peso de una buena comunicación externa y la relación que pueda tener con el público objetivo, se debe evaluar varios aspectos para saber si estas tienen un fin adecuado conforme su sistema de trabajo y sus objetivos. Como indica Ramos (1991, p. 45) “Su función primordial radica en ejercer una influencia favorable en la opinión pública mediante una actividad aceptable y ejerciendo una comunicación recíproca”.

Bonilla (1988, p. 70) “La mayoría de los problemas de relaciones públicas se originan en una falta de profundización o de valoración adecuada sobre los grupos que circundan a la organización. Los mensajes van dirigidos a un público genérico que a la larga resulta difícil de encontrar porque no tiene características definidas; por tanto, pierde efectividad”.

c. Publicity

Se detalla en la página (www.augure.com, 2013) “el concepto publicity ha evolucionado como un término relacionado con el marketing. Aunque en español no tiene traducción propia, la palabra inglesa publicity se define como todo lo que se publica en la prensa. La principal características del publicity es la aparición en los medios de comunicación sin que exista un pago publicitario de por medio”.

Las ventajas de utilizar la publicity según Orozco (www.todomktblog.com, 2013) son: el bajo costo, ya que puedes utilizar los diferentes medios como: blog, redes sociales. Media ves la información que se publica sea atractiva hacia el lector y logre

posicionamiento en los medios de comunicación; alta credibilidad, una elevada penetración psicológica”.

d. Comunicados de prensa

Según Reid en la página (www.ehowenespañol.com, 2014) “Los comunicados de prensa son declaraciones escritas o grabadas que una empresa distribuye a los medios de comunicación como periódicos y estaciones de radio. En la mayoría de los casos, se requiere que estos comunicados contengan información estrictamente de interés periodístico relacionada con los servicios y productos de la empresa”.

Para saber que un comunicado de prensa se realizó eficazmente se debe llegar a su objetivo, en base al manual del Departamento Federal de Asuntos Exteriores (2013, p. 26) “el objetivo principal de un comunicado de prensa es atraer la atención de los medios de comunicación sobre un evento al que los medios han sido invitados”.

e. Mecenazgo

Como lo indica Lefler (2007, p. 158) “A lo largo de los años el mecenazgo se ha conceptualizado como aquel conjunto de actuaciones de interés social que hace una empresa o una persona, sin una pretensión directa en la obtención de un beneficio propio en términos de imagen o de aceptación pública. Así, puede considerarse como una acción realizada por una persona física o moral que actúa en el campo de la cultura, la caridad, la financiación privada de la investigación, la educación o el deporte, con un interés general, sin que este sea su actividad habitual”.

Algunas de las ventajas que se obtienen del mecenazgo según analizó Lefler (2007, p. 160) están:

- Ayuda a integrarse mejor en la comunidad donde se actúa e incrementa su notoriedad.

- Ayuda a comunicarse de manera sutil y distinguida con sus clientes y futuros clientes.
- Dota a la empresa de una dimensión social y cultural responsable, creando un clima de confianza.
- Se consiguen ventajas fiscales.
- Permite estar a la altura de los tiempos actuales y no esperarlo todo del Estado.

f. Patrocinio

Según Lefler (2007, p. 162) “el patrocinio es una técnica exclusivamente de comunicación, que resulta muy eficaz siempre y cuando responda a las necesidades específicas y se integre de manera armoniosa en una estrategia de conjunto. En este sentido, es una herramienta extremadamente flexible, modulable en función de los objetivos propagandísticas de la empresa”.

En la pagina (www.recursos.cnice.mec.es, n.d.) “se define como la prestación económica o material de una organización a favor de un proyecto que no coincide estrictamente con su actividad principal, a cambio de obtener algún tipo de rendimiento. Se trata de obtener un beneficio que repercuta positivamente sobre la imagen de la compañía y de aquello que ofrece a su público”.

g. Mailing o Correo electrónico

Según el manual Vértice (2008, p. 1) “Son ya un gran número de empresas, asociaciones y administraciones públicas las que han adoptado el correo electrónico como medio de comunicación y transmisión de datos, complementando o sustituyendo a medios tradicionales como el correo postal, el teléfono o el fax. Sin lugar a dudas el correo electrónico debe ser el blanco de quienes pretenden ampliar la base de usuarios de Internet de un modo fácil que permita que la gente que apenas empieza a conocer el medio”.

Los medios tradicionales de comunicación se han ido modernizando sin límite alguno, ahora son pocas las empresas que utilizan el fax o correo postal para informarles a sus clientes a cerca de sus nuevos productos. Las empresas y diferentes identidades deben enfocarse en ampliar su comunicación para así encaminarse a oportunidades futuras.

Como indica Ayala en la página (www.integramasmas.com, 2013) “ya sea en la búsqueda de empleo o en un puesto de trabajo, cada correo electrónico (email) que enviamos influye en la imagen profesional que comunicamos. Un correo electrónico escrito correctamente va a mejorar nuestra imagen, ahorraremos tiempo y contribuir con el logro de nuestros objetivos laborales”.

h. Infomóvil

Según Vásquez en la página (www.gestiopolis.com, 2003) “es una unidad rodante de atención al público, única en su género, que se desplaza llevando información de la empresa y entablando relaciones comerciales con los clientes. Este servicio conduce a un asesor a la puerta del cliente o a las zonas que requiere donde se iniciará un intercambio de información y mensajes que son de vitalidad para la empresa y el cliente”.

i. Sitio web

“Los sitios web de la empresa son una forma común de comunicación externa. Un sitio web diseñado profesionalmente puede aumentar la credibilidad de la empresa, mientras que un mal diseño puede influir negativamente en la confianza del consumidor. Un sitio web puede mantener al público al tanto de las actividades y eventos”. Reid (www.ehowenespañol.com, 2014)

Como se detalla en el manual del Departamento Federal de Asuntos Exteriores la página (2013, p. 29) “El mantenimiento de la web es una de las tareas esenciales de la comunicación: debe garantizarse que esté actualizada, que contenga

información necesaria y que resulte atractiva. Se debe dedicar al mantenimiento todo el esfuerzo que sea posible”.

j. Medios alternativos

Como indica Yeudiel en la página (www.dyeuds.blogspot.com, 2009) “Es una fuente de información independiente y que no constituye una agencia de información ni de los medios masivos de comunicación organizados como empresas. Está compuesto por periodistas que trabajan independientemente, por comunicadores individuales o de organizaciones sociales, ecologistas, culturales y políticas”.

“Los medios alternativos no eran accesibles a la mayoría del público, pero a medida que se van desarrollando las tecnologías electrónicas de captación, almacenaje y transmisión de datos y su masificación, los medios alternativos empezaron a contar con un creciente número de espectadores. Lo que ha hecho que estos medios de comunicación puedan darle la oportunidad a las comunidades de resolver sus problemas y hacerse conocer más al resto de las personas.” (www.mediosalternativos.blogcindario.com, 2009)

Algunos de los medios de comunicación alternativos son:

- Redes sociales, blogs, páginas de internet.
- Emisoras radiales
- Canales comunitarios
- Periódicos
- Carteleras
- Volantes
- Trifoliales
- Directorios telefónicos
- Letreros electrónicos
- Publicidad móvil
- Publicidad en pantallas
- Publicidad en salas cinematográficas

2.4. Datos del municipio

Para conocer a cerca del objetivo de estudio se describirán algunos datos generales del municipio de San Miguel Petapa.

2.4.1. Ubicación Geográfica

El municipio de San Miguel Petapa, está ubicada en el kilómetro 20 de la ciudad capital por la ruta al pacífico y kilómetro 15 por la Avenida Petapa.

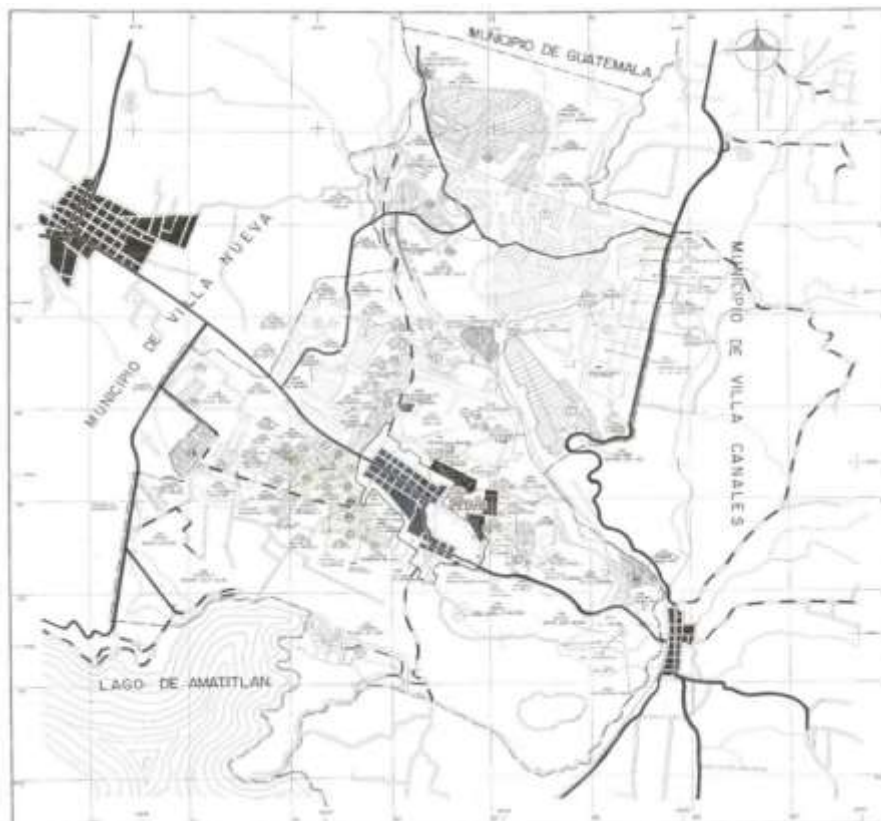
2.4.2. Extensión Territorial

San Miguel Petapa cuenta con 30 kilómetros cuadrados.

2.4.3. Idioma

En el municipio se habla el castellano. El idioma materno conservado aún por los antiguos pobladores, es el Pocomán.

2.4.4. Mapa del municipio de San Miguel Petapa



Fuente: Municipalidad de San Miguel Petapa

2.5. ¿Qué es Municipalidad?

Según el Diccionario de la Real Academia Española (www.rae.es, 2012) “Corporación o grupo de personas integrado por un alcalde o intendente y varios concejales que se encarga de administrar y gobernar un municipio”.

2.6. Municipalidad de San Miguel Petapa

2.6.1. Visión

“Ser una Municipalidad moderna, eficiente y promover el desarrollo social integral, por medio de programas comunitarios distribuyendo los recursos financieros equitativamente, para que todas las personas se sientan parte del Municipio, lo que nos permitirá fortalecer los valores éticos, morales, espirituales y sociales enriqueciendo nuestra cultura como Municipio.

2.6.2. Misión

Somos una institución autónoma que vela por el bienestar de la población al trabajar y promover el desarrollo del Municipio, administrando sus servicios básicos de la mejor manera prestando un servicio de calidad a sus habitantes, por medio de un personal capacitado y eficiente, que su fin primordial sea la búsqueda del bien común, planificando proyectos para la transformación de un municipio con calidad de vida”. (Municipalidad de San Miguel Petapa, 2010)

2.6.3. Políticas

Las políticas son actividades orientadas a la acción para la toma de decisiones y así alcanzar los objetivos, a continuación se describen las políticas de la Institución:

- Fortalecer la representación del Municipio en el consejo departamental de desarrollo.

- Propiciar las asociaciones dinámicas con municipios circunvecinos, para impulsar proyectos intermunicipales.
- Fortalecer la participación comunitaria organizada en los consejos comunitarios de desarrollo a través de sus representantes.
- Desarrollar estrategias sectoriales, con planteamientos institucionales, que den respuesta a la problemática de desarrollo Municipal.
- Construir planes operativos anuales, que generen desarrollo integral del Municipio y su población.
- Construir un banco de proyectos con desarrollo, que permita dar seguimiento al avance, físico, técnico y financiero de cada proyecto. (Municipalidad de San Miguel Petapa, 2010)

2.6.4. Objetivos

Objetivo General

“El objetivo del gobierno municipal es velar por el mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes de San Miguel Petapa, incorporándolos paulatinamente a los beneficios del proceso de crecimiento económico y desarrollo social, lográndolo a través de la participación activa y organizada de la población”. (Municipalidad de San Miguel Petapa, 2010)

Objetivo Especifico

“Impulsar el desarrollo económico y social del municipio, administrando y supliendo todas las necesidades existentes de los habitantes, sin perjuicio de que sean tópicos en el ámbito de salud, educación, vivienda e infraestructura a toda la población”. (Municipalidad de San Miguel Petapa, 2010)

2.6.5. Meta

“Su finalidad es el de prestar servicios a los vecinos por medio de la inversión pública, todo esto a través de las fuentes de financiamiento, conformado por los ingresos públicos que a su vez están integrados por los ingresos tributarios, donaciones y transferencias por parte del gobierno central, que de conformidad con la Constitución Política de la República el Estado, de Guatemala se organiza para proteger a la persona y la familia, siendo su fin supremo la realización del bien común.” (Municipalidad de San Miguel Petapa, 2010)

2.6.6. Estructura Organizacional

El organigrama de la municipalidad contiene las siguientes características: (Municipalidad de San Miguel Petapa, 2010)

- a) De naturaleza microadministrativa, ya que corresponden a una sola *organización*, y pueden referirse a ella en forma global o mencionar alguna de las áreas que la conforman.
- b) Su finalidad es informativa, puesto que se denominan de este modo a los organigramas que se diseñan con el objetivo de ser puestos a disposición de todo público, es decir, como información accesible a personas no especializadas.
- c) Su ámbito es general, por el motivo que contienen información representativa de una organización hasta determinado nivel jerárquico, según su magnitud y características. En el sector público pueden abarcar hasta el nivel de dirección general o su equivalente, en tanto que en el sector privado suelen hacerlo hasta el nivel de departamento u oficina.
- d) Su contenido es integral, el cual se define en que son representaciones gráficas de todas las unidades administrativas de una organización y sus relaciones de jerarquía o dependencia.

- e) Por su representación gráfica, se describe como un organigrama mixto, ya que, este tipo de organigrama utiliza combinaciones verticales y horizontales para ampliar las posibilidades de graficar. Se recomienda utilizarlos en el caso de organizaciones con un gran número de unidades en la base.

Capítulo III

3. Marco Metodológico

3.1. Método

El método que se utilizó para realizar este estudio es el deductivo, debido a que se analizaron los datos generales para llegar a una conclusión de tipo particular.

3.2. Tipo de investigación

Para la elaboración de este estudio se utilizó la investigación cualitativa debido a que se basa en principios teóricos y la investigación descriptiva o estadística por la explicación de los datos recopilados que nos llevan a los resultados requeridos del estudio.

Objetivos

Objetivo general

Elaborar un diagnóstico de la comunicación externa de la Municipalidad de San Miguel Petapa.

Objetivos específicos

- Determinar las herramientas de comunicación externa que utiliza la Municipalidad de San Miguel Petapa para comunicarse con sus habitantes.
- Evaluar si el Departamento de Relaciones Públicas de la Municipalidad cumple con las funciones de la comunicación externa.
- Establecer si la comunicación externa entre la Municipalidad de San Miguel Petapa con su población es eficiente o deficiente.

3.3. Técnicas

Para la realización del presente estudio se empleó la recopilación bibliográfica documental y encuestas.

3.4. Instrumentos

Se utilizaron fichas bibliográficas, cuestionarios, guías de observación y entrevistas al personal del departamento de Relaciones Públicas de la Municipalidad de San Miguel Petapa.

3.5. Población o Universo

La población de esta investigación fue el personal del Departamento de Relaciones Públicas de la Municipalidad de San Miguel Petapa y los habitantes mayores de edad del municipio según la proyección del Centro de Salud Pública y Asistencia Social del mismo municipio para el presente año asciende a 117,863.

3.6. Muestra

Debido a que los resultados deben ser precisos, se trató disminuir los posibles errores utilizando un número de corridas. Debido a que conocemos el valor de la población, proseguimos a utilizar la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 pqN}{e^2(N - 1) + Z^2 pq}$$

Donde:

Z Confiabilidad

p Probabilidad de éxito

q Probabilidad de fracaso

e Error estimado

N Tamaño de la población

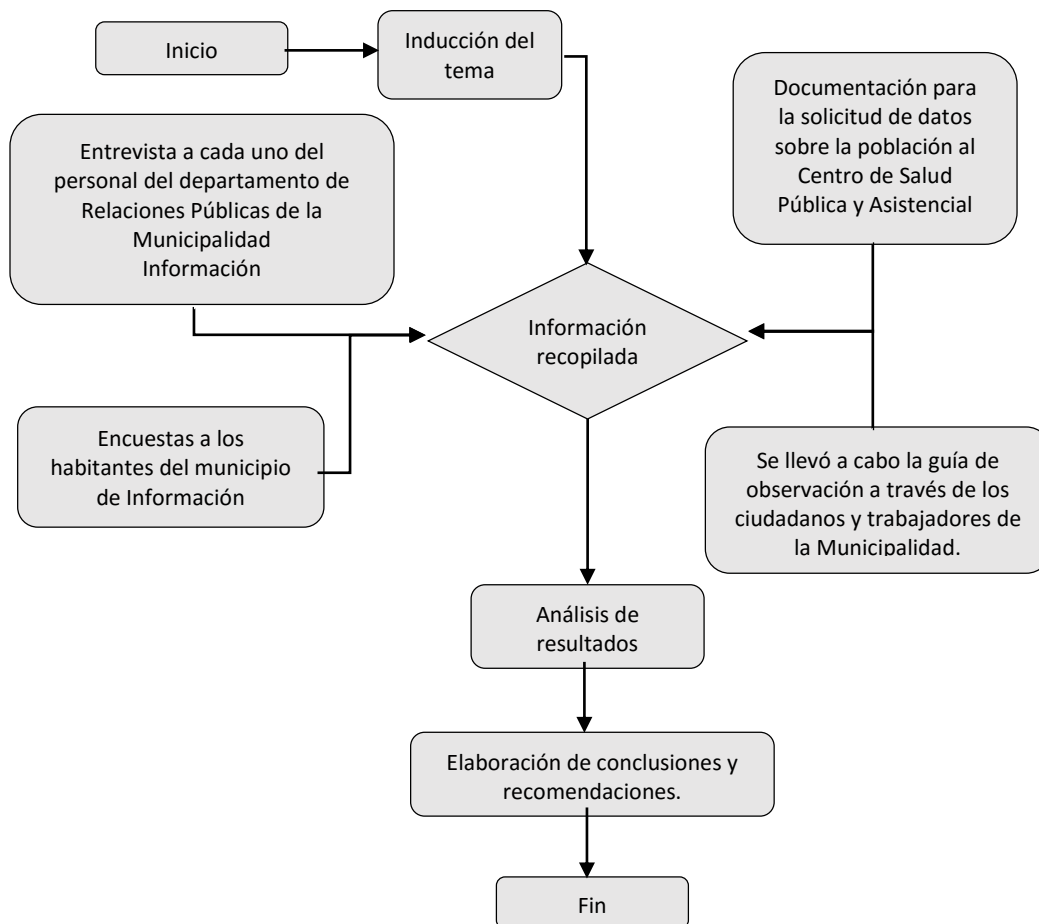
n Tamaño de la muestra

Para fines de la investigación se decidió estimar un valor de probabilidad de éxito del 50 por ciento, lo que conjuntamente con la probabilidad de fracaso será de un 50 por ciento con el 99 por ciento de confianza equivalente al 2.58 en el valor de Z y un error estimado del 0.15, con lo cual utilizando la ecuación anterior se obtiene la cantidad de corridas a utilizar:

$$n = \frac{(2.58)^2 * 0.5 * 0.5 * 117,863}{0.15^2(117,863 - 1) + (2.58)^2 * 0.5 * 0.5} = \frac{196,135.8183}{2,653.5591} = 73.91 \approx 74$$

Con el dato obtenido anteriormente se define que el número de muestra será de 74.

3.7. Procedimiento



Capítulo IV

4. Análisis de Resultados

4.1. Entrevistas

Las entrevistas se realizaron personalmente a los cuatro miembros que conforman al departamento de Relaciones Públicas de la Municipalidad de San Miguel Petapa. Los resultados obtenidos de las entrevistas establecen si la comunicación que tiene la Municipalidad con sus habitantes es eficaz.

Las personas entrevistadas fueron:

Nombre	Cargo
Boris Barrios	Jefe de Relaciones Públicas
Licda. Rocío de León	Diseñadora gráfica
Vinicio Ayala	Reportero editor
Hugo Ixcot	Camarógrafo y fotógrafo

Los cuatro entrevistados conocen con exactitud el objetivo del departamento, unificando sus respuestas se puede concluir que el objetivo principal de su trabajo es: “Informar y divulgar a la población sobre los proyectos y actividades que realiza la municipalidad, así como sostener una comunicación eficaz con todos los departamentos que forman la municipalidad”, esto último se refiere a establecer una comunicación interna constante con todos sus compañeros de trabajo.

Para cumplir el objetivo que tienen como departamento de Relaciones Públicas, utilizan varias herramientas de comunicación, las cuales ayudan a impulsar la comunicación externa como: redes sociales, periódicos, radio, medios alternativos, infomóvil o voceo y la página web.

El Jefe del departamento Boris Barrios detalló cada una de las herramientas de comunicación que utilizan. Entre las redes sociales están: Facebook, YouTube y Twitter, estas las utilizan con mayor frecuencia por su fácil acceso al público

objetivo, que son todos los habitantes del municipio de San Miguel Petapa, además que es un medio alternativo que no se pueden descartar hoy en día.

También dan a conocer los proyectos y actividades de la municipalidad por medio de periódicos locales y nacionales como: Nuestro Diario, Metropolitano, El Amanecer, Express, Veraz, Publicitio, El Revisor y Zoomnews.

Además el departamento trabaja para poder llevar la información de la municipalidad a diferentes radios, entre las cuales encontramos: Radio Sonora 96.9 FM, Emisoras Unidas 89.7 FM, Radio Nuevo Mundo 96.1 FM, Alfa 97.3 FM y Radio Universidad 92.1 FM.

Entre los medios alternativos que utilizan para informar a los habitantes están: vallas publicitarias, volantes informativos, bifoliar “Somos Petapa” y en las cartas del IUSI llevan impresas las obras y proyectos que se realizan en la municipalidad, además utilizan el infomóvil o voceo este se encarga de invitar a la población a actividades cercanas o bien para informar sobre proyectos de servicios básicos, como la limpieza de las depósitos de agua, utilizan un vehículo y altoparlantes para realizarlo.

La página web www.munisanmiguelpetapa.gob.gt también es fuente de información para los pobladores del municipio, aunque este no es el enfoque principal del departamento de Relaciones Públicas y por este motivo, muchos ciudadanos no saben que existe esta página web.

El departamento cuenta con un plan del trabajo proyectado para un año y por consiguiente cuentan con una agenda mensual la cual se divide conforme las campañas que realizarán y si surgen proyectos que necesitan una divulgación rápida se apoyan mutuamente y tratan de realizarlo lo más pronto posible.

Los cuatro miembros del departamento de Relaciones Públicas afirman que cumplen con planear, estructurar, editar y difundir toda la información relacionada con las actividades y proyectos municipales conforme a las atribuciones que a cada uno le fue asignado por el encargado del departamento.

Además confirman que se encargan de planear, jerarquizar y diseñar la información que será difundida a través de los distintos medios de comunicación, Hugo Ixcot quien ha trabajado en este departamento por más tiempo, asegura que la información difundida a la población es verdadera y que no se publica información sin ser de importancia para la población.

Las fuentes fidedignas de información del departamento de Relaciones Públicas, se basa en los datos que brinda cada departamento de la municipalidad. Así mismo los ministerios gubernamentales son fuentes que brindan información importante para los habitantes del municipio. Debido a las fuentes de información el departamento cuenta con la información suficiente para realizar el proceso de edición y así surja la difusión de las actividades y proyectos de la municipalidad.

Boris Barrios afirmó que los textos que se difunden pasan de tres a cuatro filtros para ser revisados y corregidos, además supervisan la correcta impresión de todo el material escrito que esta por ser publicado.

El departamento también es el encargado proporcionar el material fílmico y fotográfico, así como el equipo audiovisual necesario al personal de la municipalidad que lo requiere, sobre todo en actividades que realizaran y de igual forma a los diferentes medios de comunicación que les solicitan información, sin embargo, no cuentan con el presupuesto necesario para cumplir a cabalidad esta función.

Una de las principales funciones del departamento es establecer una buena comunicación con su grupo objetivo, los entrevistados informaron que los habitantes del municipio pueden comunicarse con este departamento a través de redes

sociales, por vía telefónica y personalmente en las instalaciones de la municipalidad de San Miguel Petapa, de estas tres opciones los habitantes del municipio utilizan con más frecuencia las redes sociales y a través de este medio de comunicación se les responde a la mayoría de los usuarios.

Para finalizar la entrevista los miembros del departamento consideran que cumplen con informar a la mayoría de los habitantes del municipio de San Miguel Petapa, aunque están conscientes que no informan a la población en su totalidad, sin embargo intentan comunicarse con el 100% de la población.

4.2. Encuestas

La encuesta que se realizó a los habitantes de municipio de San Miguel Petapa pretende evaluar el trabajo que realiza el departamento de Relaciones Públicas de la municipalidad para comunicar a sus pobladores. A continuación se detallan los resultados:

Tabla 1: Género

Género	Cantidad	Porcentaje
Femenino	45	61%
Masculino	29	39%
Total	74	100%

Fuente: Elaboración propia.

Gráfica 1: Género



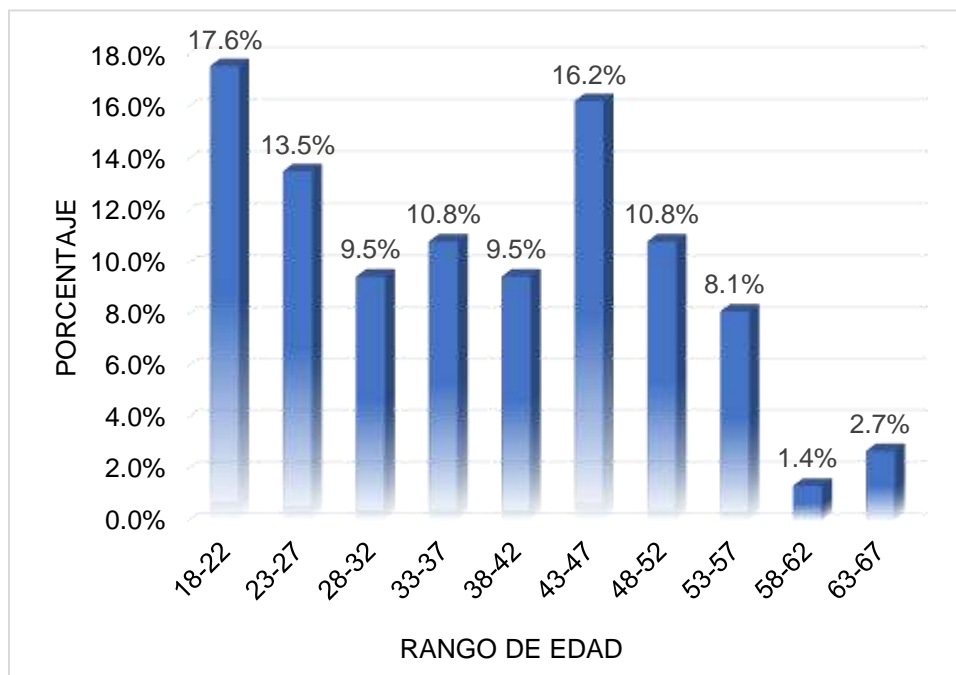
Fuente: Elaboración propia.

Tabla 2: Edad

Rango de Edad	Cantidad	Porcentaje
18-22	13	17.6%
23-27	10	13.5%
28-32	7	9.5%
33-37	8	10.8%
38-42	7	9.5%
43-47	12	16.2%
48-52	8	10.8%
53-57	6	8.1%
58-62	1	1.4%
63-67	2	2.7%
Total	74	100%

Fuente: Elaboración propia.

Gráfica 2: Edad



Fuente: Elaboración propia.

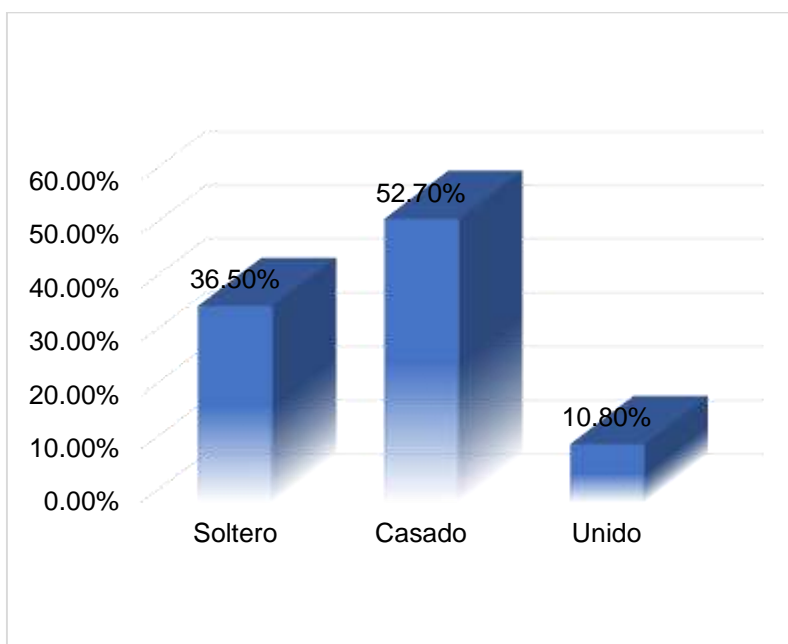
Se encuestaron a personas mayores de edad, el grupo de porcentaje más alto es de 17.6%, quienes son jóvenes; sumando los siguientes porcentajes se deduce que en su mayoría se encuestaron a personas adultas.

Tabla 3: Estado civil

Estado civil	Cantidad	Porcentaje
Soltero	27	36.5%
Casado	39	52.7%
Unido	8	10.8%
Total	74	100%

Fuente: Elaboración propia.

Gráfica 3: Estado civil



Fuente: Elaboración propia.

La mayoría de las personas encuestadas son casadas, esto da la pauta que representan a una familia y deben estar al pendiente de la información que puede beneficiar a sus seres queridos.

Tabla 4: Tipo de vivienda

Vivienda	Cantidad	Porcentaje
Propia	60	81.1%
Alquilada	14	18.9%
Total	74	100%

Fuente: Elaboración propia.

Gráfica 4: Tipo de vivienda



Fuente: Elaboración propia.

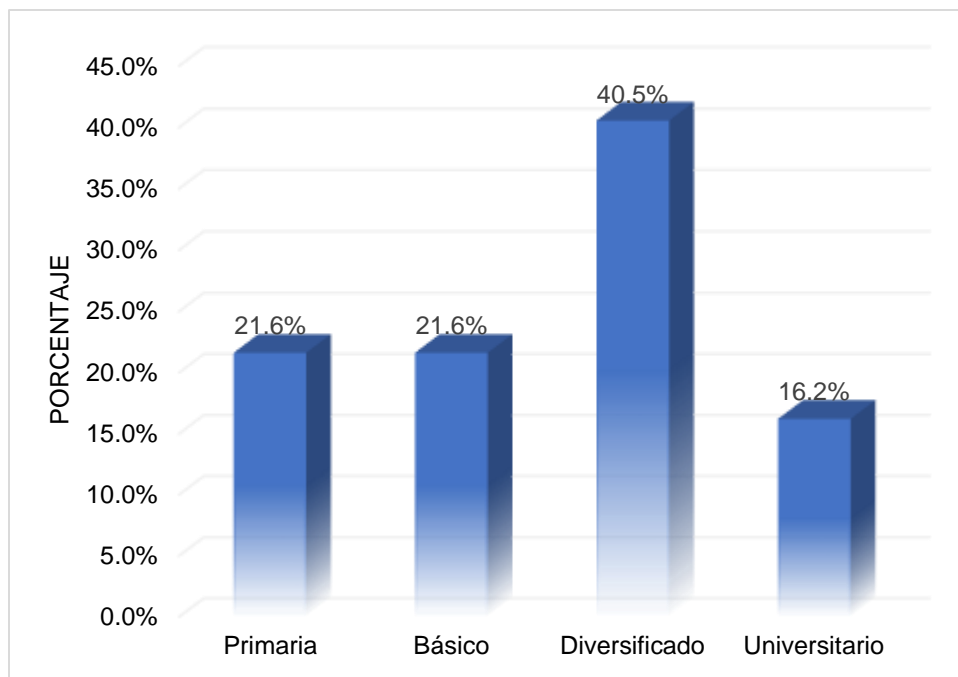
El resultado de esta interrogante es vital para saber si la población encuestada es originaria del municipio de San Miguel Petapa y como resultado se obtuvo que la mayoría de las personas tienen vivienda propia.

Tabla 5: Nivel académico

Nivel académico	Cantidad	Porcentaje
Primaria	16	21.6%
Básico	16	21.6%
Diversificado	30	40.5%
Universitario	12	16.2%
Total	74	100%

Fuente: Elaboración propia.

Gráfica 5: Nivel académico



Fuente: Elaboración propia.

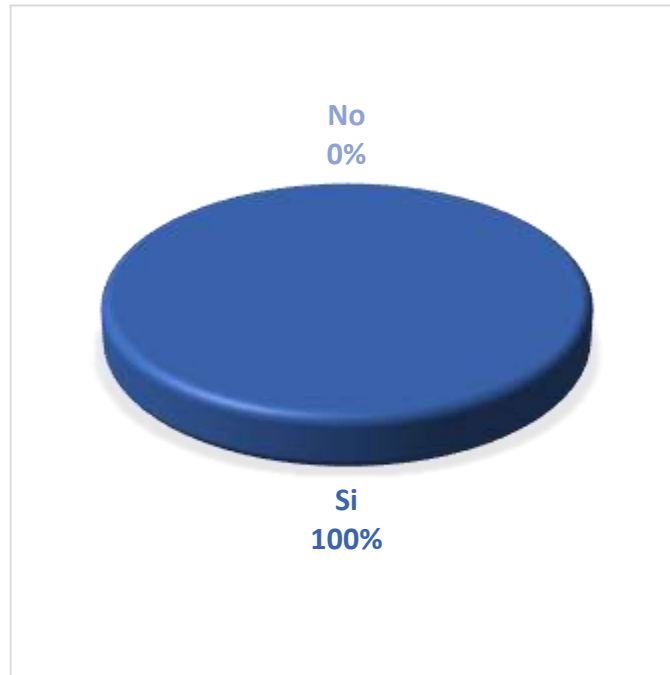
En el municipio de San Miguel Petapa existe el analfabetismo, sin embargo, toda la población encuestada sabe leer y escribir, el 40.5% de la población entrevistada cuenta con diversificado como nivel académico y un 21.6% de personas con un nivel primario y el mismo porcentaje con personas de nivel básico.

Tabla 6: ¿Sabe cómo se llama el Alcalde del municipio de San Miguel Petapa?

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Si	74	100.0%
No	0	0.0%
Total	74	100%

Fuente: Elaboración propia.

Gráfica 6: ¿Sabe cómo se llama el Alcalde del municipio de San Miguel Petapa?



Fuente: Elaboración propia.

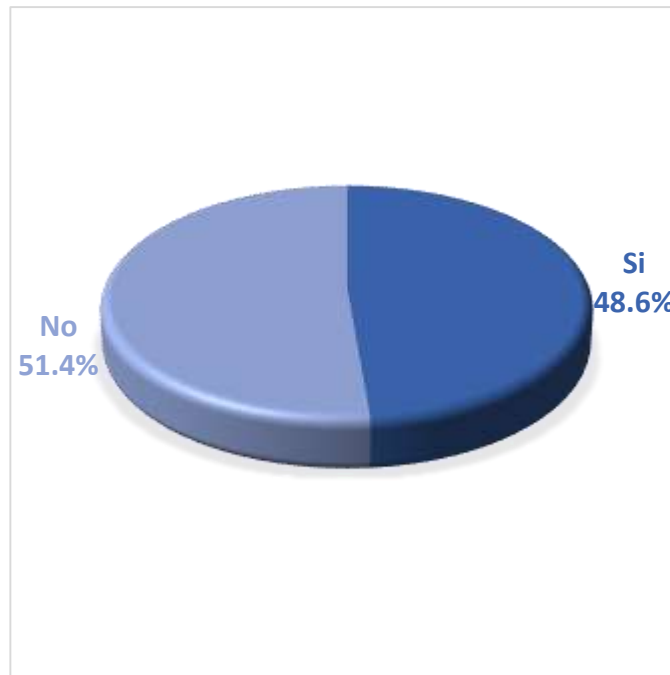
Los habitantes del municipio conocen el nombre del Alcalde, saben quién es la persona que los representa y el cargo que debe cumplir con el municipio. Considerando que es importante porque dependiendo del fin de su gobierno se juzgará si fue beneficioso tenerlo como Alcalde o no.

Tabla 7: ¿Ha visitado el Alcalde la colonia o sector en donde vive?

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Si	36	48.6%
No	38	51.4%
Total	74	100%

Fuente: Elaboración propia.

Gráfica 7: ¿Ha visitado el Alcalde la colonia o sector en donde vive?



Fuente: Elaboración propia.

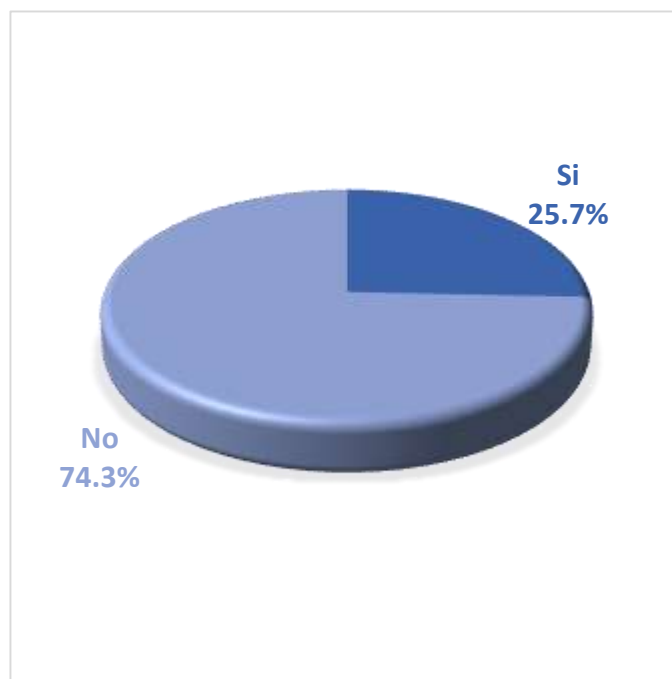
Las encuestas se realizaron a personas de diferentes sectores del municipio, la mayor parte de población encuestada respondió que el alcalde no ha visitado la colonia o sector en donde vive, las personas que respondieron de esta forma viven en: Cañadas de Petapa, Rivera del Río, Prado de Villa Hermosa, Las Margaritas, Los Álamos, Zona 12, Condominio La Joya I, Colonia Israel y Villas de Petapa.

Tabla 8: ¿Sabe si el Alcalde ha rendido algún informe en lo que lleva de gobierno?

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Si	19	25.7%
No	55	74.3%
Total	74	100%

Fuente: Elaboración propia.

Gráfica 8: ¿Sabe si el Alcalde ha rendido algún informe en lo que lleva de gobierno?



Fuente: Elaboración propia.

Los habitantes del municipio no tienen conocimiento de los informes que brinda la Municipalidad sobre los proyectos y obras que realizan. Con el libre acceso a la información todo ciudadano puede obtener esta información, sin embargo, lo deben solicitar y la municipalidad debe hacer más público cada informe que realicen.

Tabla 9: ¿Sabe en dónde está ubicada la Municipalidad de San Miguel Petapa?

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Si	74	100.0%
No	0	0.0%
Total	74	100%

Fuente: Elaboración propia.

Gráfica 9: ¿Sabe en dónde está ubicada la Municipalidad de San Miguel Petapa?



Fuente: Elaboración propia.

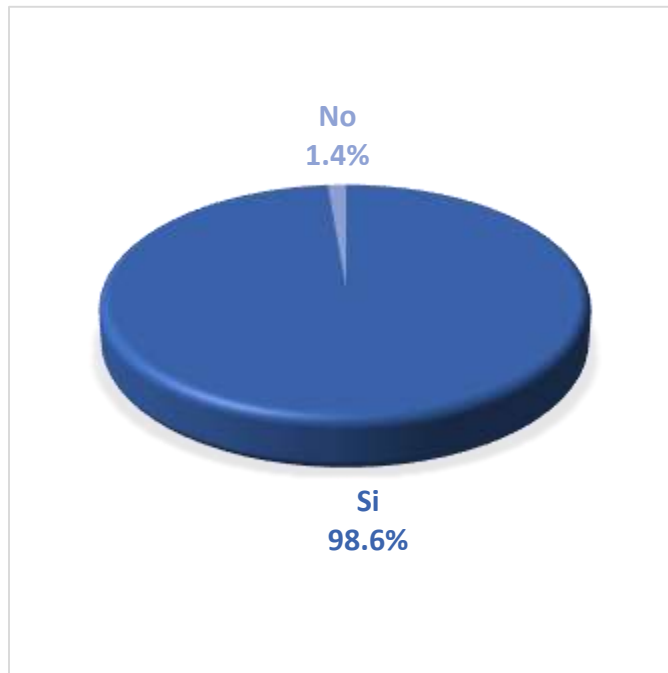
La municipalidad está ubicada en la 1a. calle 1-56 zona 1, San Miguel Petapa, entre el mercado y el parque del municipio. Se encuentra en un lugar céntrico y fácil de ubicar por lo que toda la población encuestada conoce la ubicación de la municipalidad.

Tabla 10: ¿Ha visitado la Municipalidad de San Miguel Petapa?

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Si	73	98.6%
No	1	1.4%
Total	74	100%

Fuente: Elaboración propia.

Gráfica 10: ¿Ha visitado la Municipalidad de San Miguel Petapa?



Fuente: Elaboración propia.

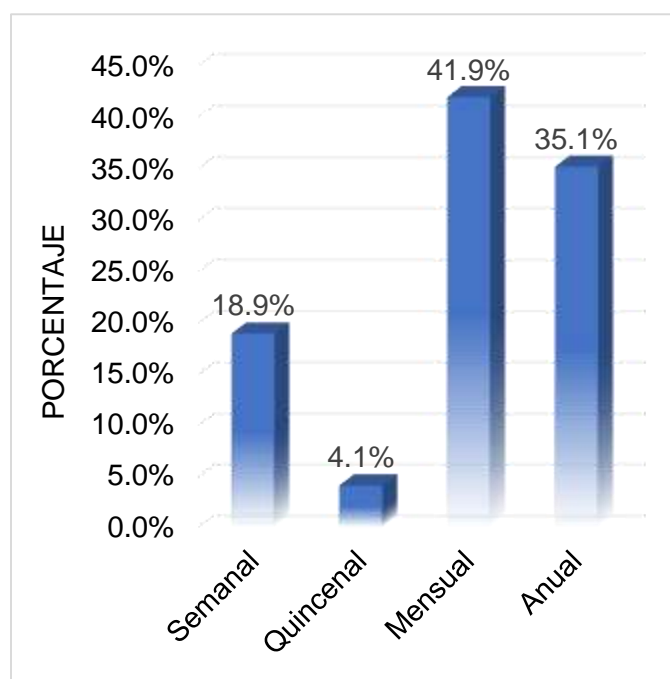
La Municipalidad es una sede fundamental para una comunidad, por lo cual, la mayor parte de la población acude a ella para consultas, pagos y trámites. El 98.6% de la población encuestada ha asistido a la Municipalidad de San Miguel Petapa.

Tabla 11: ¿Qué tan seguido visita la Municipalidad?

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Semanal	14	18.9%
Quincenal	3	4.1%
Mensual	31	41.9%
Anual	26	35.1%
Total	74	100%

Fuente: Elaboración propia.

Gráfica 11: ¿Qué tan seguido visita la Municipalidad?



Fuente: Elaboración propia.

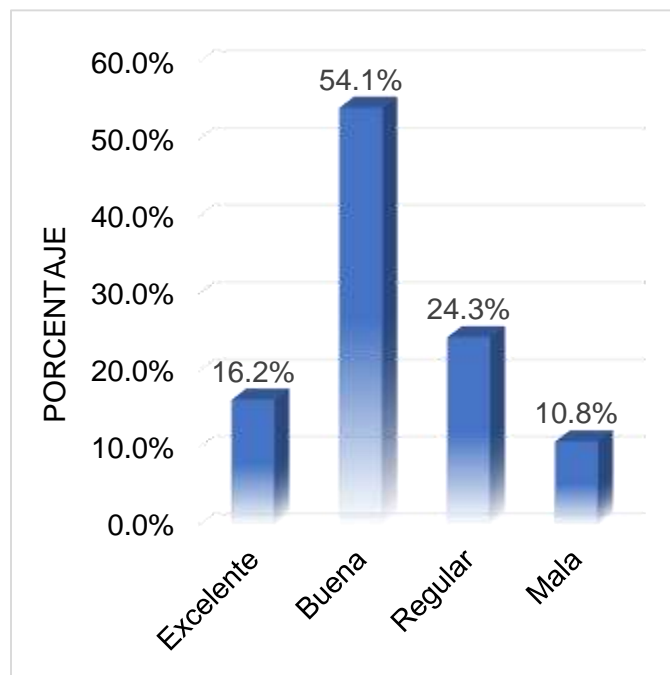
La mayor parte de la población visita mensualmente la Municipalidad y el segundo porcentaje más alto asiste a la Municipalidad anualmente, con esta población se pierde el contacto constante y se corre riesgo de no tener comunicación con estos habitantes.

Tabla 12: ¿Cómo evalúa la atención que le brindaron en la Municipalidad?

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Excelente	12	16.2%
Buena	40	54.1%
Regular	18	24.3%
Mala	8	10.8%
Total	74	100%

Fuente: Elaboración propia.

Gráfica 12: ¿Cómo evalúa la atención que le brindaron en la Municipalidad?



Fuente: Elaboración propia.

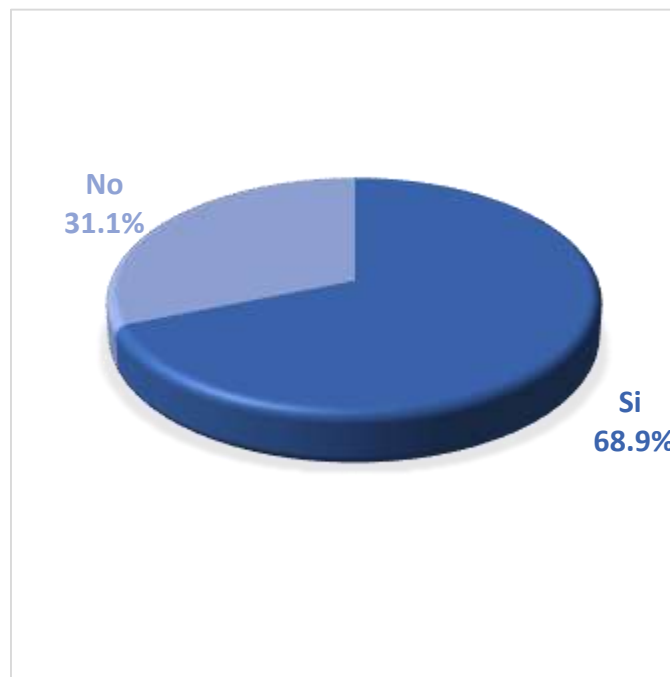
La atención que le brindan a la población en la Municipalidad es importante para que mantenga buena imagen y ética profesional. La población piensa que la atención que brindan en la Municipalidad es buena y un bajo porcentaje opina que es regular.

Tabla 13: ¿Sabe a dónde acudir cuando necesita información sobre actividades de la Municipalidad?

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Si	51	68.9%
No	23	31.1%
Total	74	100%

Fuente: Elaboración propia.

Gráfica 13: ¿Sabe a dónde acudir cuando necesita información sobre actividades de la Municipalidad?



Fuente: Elaboración propia.

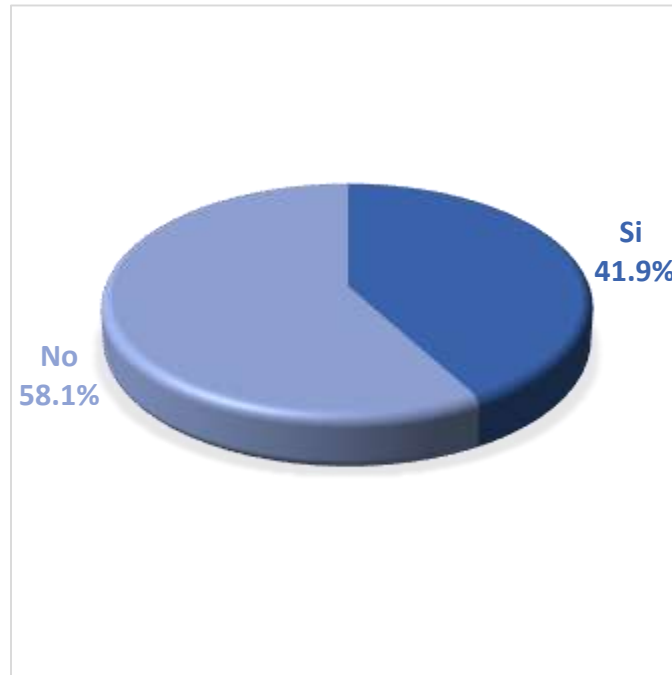
Los habitantes saben a donde acudir cuando necesita información sobre actividades de la Municipalidad, existe un centro de información en las instalaciones de la Municipalidad y esto facilita la información o dudas que la población presente.

Tabla 14: ¿Conoce que proyectos está realizando la Municipalidad actualmente?

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Si	31	41.9%
No	43	58.1%
Total	74	100%

Fuente: Elaboración propia.

Gráfica 14: ¿Conoce que proyectos está realizando la municipalidad actualmente?



Fuente: Elaboración propia.

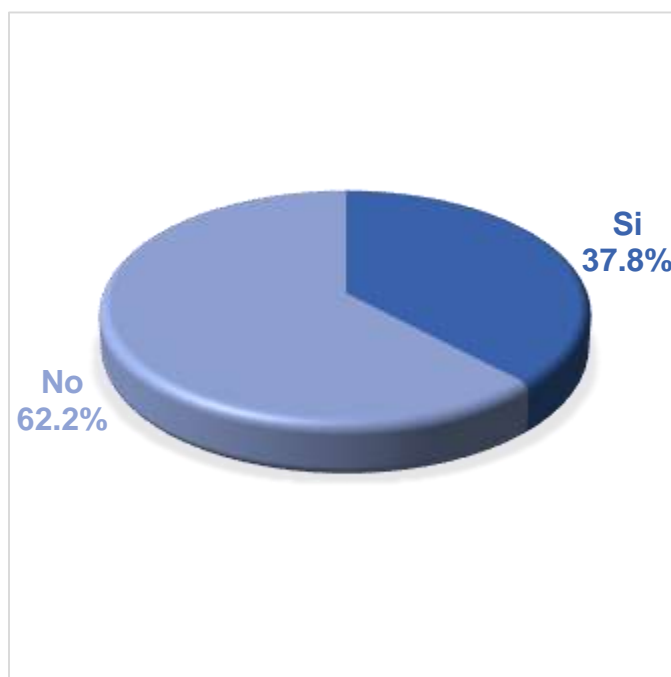
Los proyectos que la Municipalidad realiza deben darlos a conocer a toda la población, sin embargo, un bajo porcentaje de la población conoce las obras que están realizando en la Municipalidad y la mayor parte de la población desconoce los proyectos que se están realizando.

Tabla 15: ¿Considera que la Municipalidad cumple con informar a la población acerca de todas sus actividades y servicios?

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Si	28	37.8%
No	46	62.2%
Total	74	100%

Fuente: Elaboración propia.

Gráfica 15: ¿Considera que la municipalidad cumple con informar a la población acerca de todas sus actividades y servicios?



Fuente: Elaboración propia.

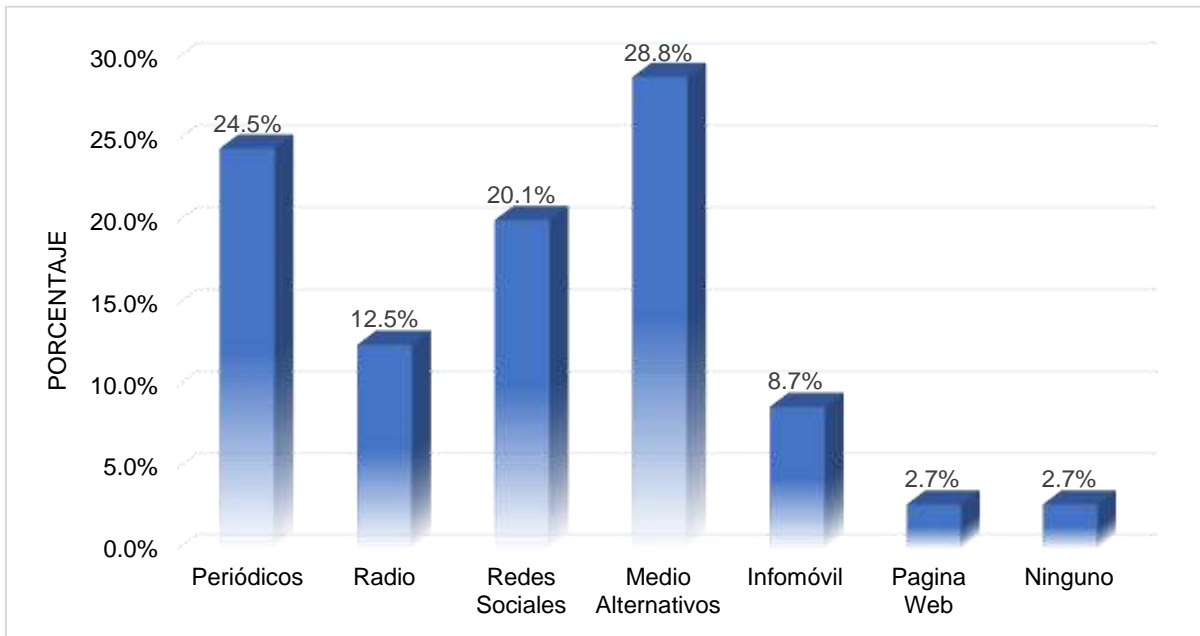
Según la opinión de los encuestados la Municipalidad no cumple con informar a la población, un escaso porcentaje considera que la Municipalidad cumple con este requisito indispensable.

Tabla 16: ¿A través de qué medios se informa de las actividades que realiza la municipalidad?

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Periódicos	45	24.5%
Radio	23	12.5%
Redes Sociales	37	20.1%
Medio Alternativos	53	28.8%
Infomóvil	16	8.7%
Página Web	5	2.7%
Ninguno	5	2.7%
Total	184	100%

Fuente: Elaboración propia.

Gráfica 16: ¿A través de qué medios se informa de las actividades que realiza la municipalidad?



Fuente: Elaboración propia.

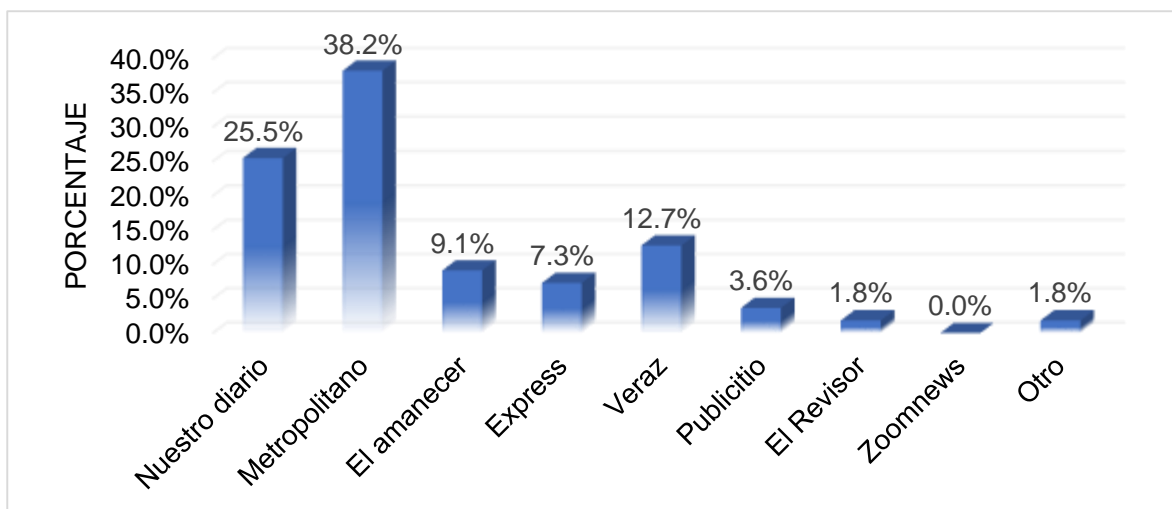
Los habitantes del municipio de San Miguel Petapa se informan en su mayoría a través de medios escritos, entre estos: Medios alternativos, periódicos nacionales y locales. Como tercer porcentaje alto utilizan las redes sociales para informarse. La radio, el infomóvil o voceo y la página web son los medios de comunicación menos utilizados.

Tabla 17: Periódico

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Nuestro Diario	14	25.5%
Metropolitano	21	38.2%
El amanecer	5	9.1%
Express	4	7.3%
Veraz	7	12.7%
Publicitio	2	3.6%
El Revisor	1	1.8%
Zoomnews	0	0.0%
Otro	1	1.8%
Total	55	100%

Fuente: Elaboración propia.

Gráfica 17: Periódico



Fuente: Elaboración propia.

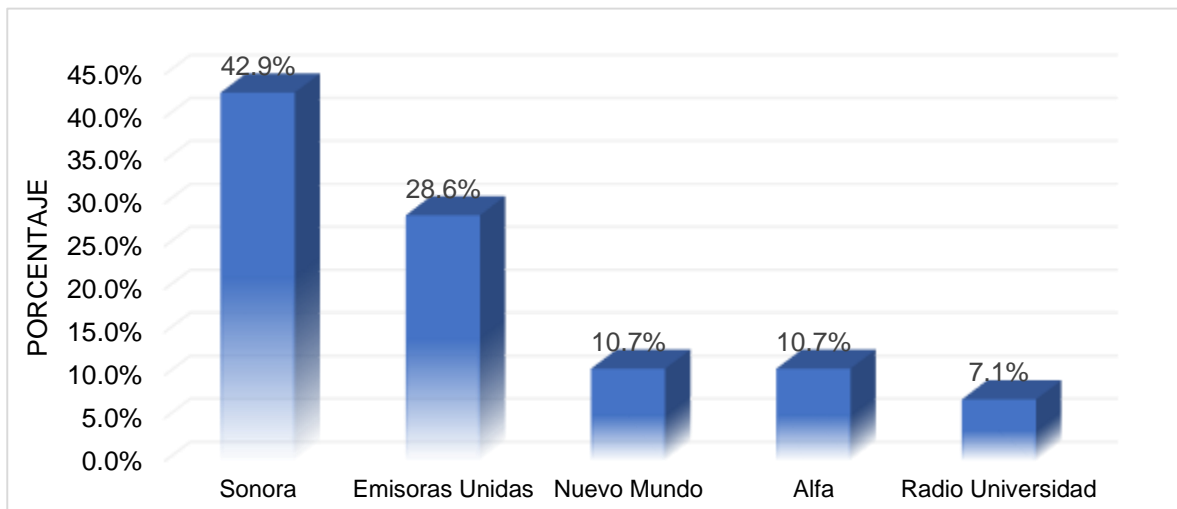
Por medio del periódico Metropolitano se informa la mayoría de los habitantes del municipio, también por medio de Nuestro Diario y el periódico Veraz. Los demás periódicos tienen muy pocos lectores y dentro de la última opción mencionaron el periódico Prensa Libre.

Tabla 18: Radio

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Sonora	12	42.9%
Emisoras Unidas	8	28.6%
Nuevo Mundo	3	10.7%
Alfa	3	10.7%
Radio Universidad	2	7.1%
Total	28	100%

Fuente: Elaboración propia.

Gráfica 18: Radio



Fuente: Elaboración propia.

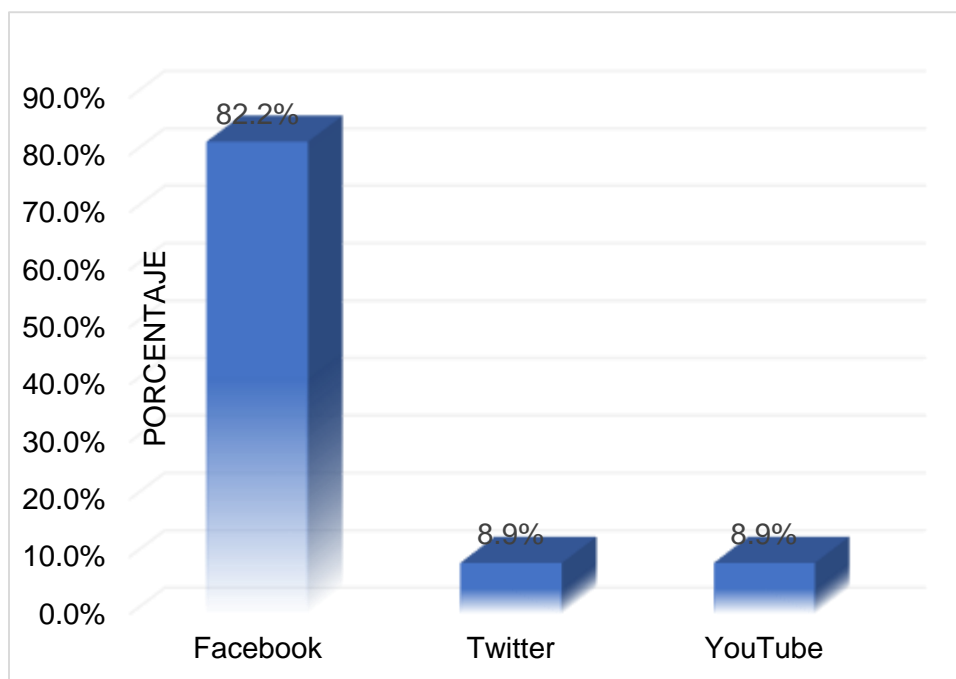
Dentro de los encuestados que respondieron que se informaban por medio de la radio, en su mayoría escucha la Radio Sonora, seguido de Emisoras Unidas y en un rango inferior se encuentran las radios Nuevo Mundo, Alfa y Radio Universidad.

Tabla 19: Redes sociales

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Facebook	37	82.2%
Twitter	4	8.9%
YouTube	4	8.9%
Total	45	100%

Fuente: Elaboración propia.

Gráfica 19: Redes sociales



Fuente: Elaboración propia.

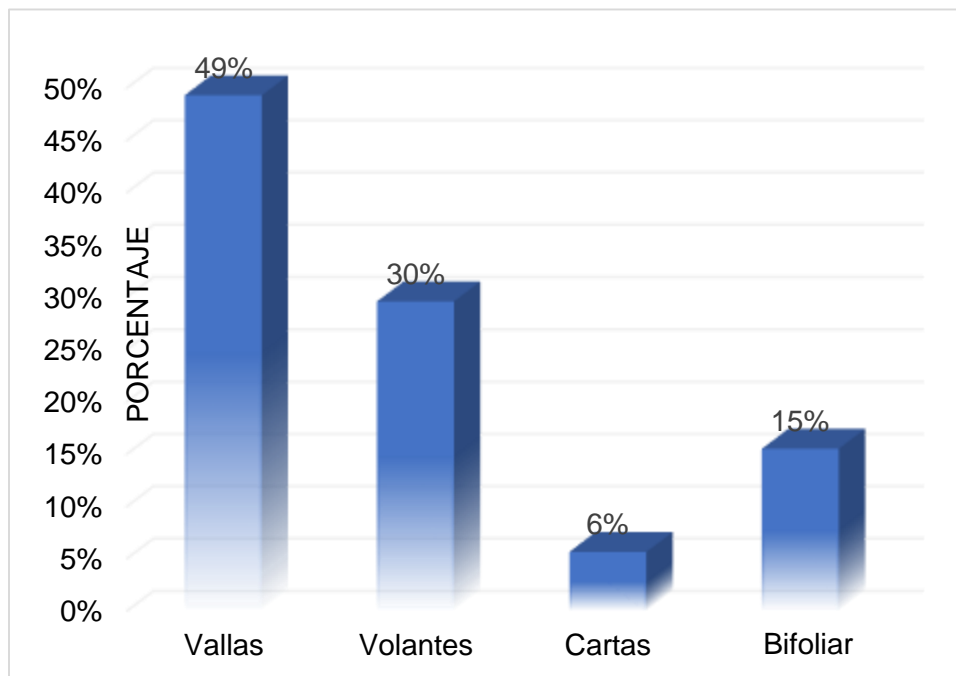
Dentro del 20.1% según la tabla 16 se informan por medio de redes sociales, la más utilizada es Facebook como medio de comunicación eficaz, en la Municipalidad hacen de uso constante de esta red social y se ve reflejado en la respuesta de los encuestados.

Tabla 20: Medios alternativos

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Vallas	35	49%
Volantes	21	30%
Cartas	4	6%
Bifoliar	11	15%
Total	71	100%

Fuente: Elaboración propia.

Gráfica 20: Medios alternativos



Fuente: Elaboración propia.

Los medios alternativos son los más eficaces para la comunicación de la Municipalidad y los habitantes, un 49% de personas se enteran por medios de vallas publicitarias, ya que estas están situadas en lugares estratégicos y se encuentran en diferentes sectores del municipio, al igual que el 30% que se informa por medio de volantes.

4.3. Guía de observación

Se realizaron dos guías de observación, la primera se basa en el área de trabajo del Departamento de Relaciones Públicas de la Municipalidad y la segunda en la observación del funcionamiento de las herramientas de comunicación externa que utiliza el departamento para informar a la población.

La primera guía de observación indica que el área de trabajo del Departamento de Relaciones Públicas no es adecuada, el espacio físico de las oficinas es muy pequeño, el lugar de trabajo no está ordenado y necesitan más mobiliario y equipo para realizar la función del Departamento, pero como anteriormente se indica, el bajo presupuesto que tiene la Municipalidad para este departamento los limita para ser más eficaces.

El Departamento proyecta una imagen de responsabilidad, atención y empeño en su trabajo. Entre el personal del departamento existe un buen ambiente de trabajo, es evidente el apoyo que se demuestran y el respeto que se tienen entre ellos.

En cuanto a la evaluación de las herramientas de comunicación externa que utilizan, cumplen con las funciones de comunicación organizacional, el material escrito está bien impreso, el diseño es apropiado y el material fílmico y fotográfico es adecuado a cada ocasión o actividad que realizan.

Los periódicos, volantes y bifolios son otorgados a los habitantes en las sedes municipales y en lugares céntricos, sin embargo, no todos los periódicos con los que pautan son otorgados debido a la falta de conocimiento de los habitantes sobre estos y la poca publicidad que tienen los mismos.

A cerca de las vallas publicitarias, estas deben ser ubicadas estratégicamente y la Municipalidad cuenta con este requisito, tienen diferentes vallas en carreteras principales y en diferentes sectores del municipio, esta es la fuente de información

más eficaz que los habitantes tienen, sin embargo se deben promocionar más actividades y sobre todo proyectos en este medio alternativo.

Las redes sociales son manejadas de forma correcta, se interactúa con los habitantes por medio de esta fuente de comunicación y este medio es el que más utilizan en el Departamento para informar a la población, publican sobre actividades especiales, nuevos proyectos, obras que se realizan, entre otros.

El infomóvil o voceo es una herramienta que utilizan continuamente, sin embargo, este medio de comunicación en ocasiones no es audible, se debe tomar en cuenta un mejor equipo de sonido para dirigirse a la población con esta herramienta de comunicación.

Para finalizar el análisis de la guía de observación es importante mencionar que no se le da el uso adecuado a la página web de la municipalidad, ya que esta no está actualizada y es una herramienta que deben aprovechar para comunicar a la población.

Conclusiones

1. Los habitantes de San Miguel Petapa se informan de las actividades que realiza la municipalidad por medio de las siguientes herramientas de comunicación, las cuales se colocan en orden descendente según la receptividad que tienen: medios alternativos, periódicos, redes sociales, radio, infomóvil o voceo y pagina web.
2. El Departamento de Relaciones Públicas de la municipalidad carece de un mecanismo de información adecuado que le permita tener una mejor comunicación para con los pobladores y hacerles saber sobre las obras realizadas en el municipio.
3. El Departamento de Relaciones Públicas del municipio se caracterizó por priorizar la imagen del Alcalde perdiendo totalmente el enfoque de su visión la cual es informar a la población de los proyectos y obras realizadas, así como cualquier evento importante que se realizaba en el municipio.
4. El Alcalde del municipio no tuvo como prioridad mejorar la comunicación rindiendo informes del trabajo realizado a los habitantes según su objetivo de gobierno propuesto.
5. Las políticas de la municipalidad son actividades establecidas para la toma de decisiones y cumplimiento de los objetivos de esta identidad, sin embargo no son efectivas porque el 62.2% de la población no recibe información de las actividades y servicios realizados.
6. La municipalidad es una organización que es visitada por los habitantes del municipio (98.6% han visitado la municipalidad) por lo que no se está aprovechando la oportunidad de transmitir información.

7. La atención que brinda la municipalidad a los habitantes es de un 54% buena que opinan que debe ser mejor sin embargo existe un 24% de personas que opinan que es regular, esto indica que deben trabajar y esforzarse para brindar una atención excelente y así mantener una buena imagen y ética profesional.

Recomendaciones

1. Al Departamento de Relaciones Públicas de la Municipalidad de San Miguel Petapa se recomienda mejorar el uso de las herramientas de comunicación externa que utilizan, como la página web, el canal de YouTube y en el caso del infomóvil para que sea más audible a los habitantes del municipio.
2. Al Departamento de Relaciones Públicas de la municipalidad se recomienda expandir sus límites territoriales urbanos, creando nuevas estrategias para informar a todas las aldeas, fincas y residenciales del municipio, y así toda la población pueda tener un mejor vínculo de comunicación.
3. Fortalecer el Departamento de Relaciones Publicas y reestructurar la misión, visión que tienen como departamento hacia la población, sus objetivos y metas, fortalezas y debilidades con la finalidad de cumplir con informar a la población.
4. Se recomienda a la Municipalidad de San Miguel Petapa que exija al Departamento de Relaciones Publicas cumplimiento de su trabajo integro basado en la visión correcta y formando estrategias de comunicación en las sedes externas de la municipalidad encargadas de organizar e informar a la población en las diferentes regiones del municipio de San Miguel Petapa.
5. De acuerdo a los resultados de la encuesta realizada se recomienda entregar información de interés a la población mensualmente en la municipalidad, de esta manera se lograría crear un impacto de beneficio a la identidad y a la población.
6. Se recomienda a la municipalidad realizar murales de información de las obras y actividades importantes que realizan, actualizándolo mensualmente.

7. Se recomienda capacitar al personal en base al tema de servicio al cliente, para brindar una excelente atención a los habitantes del Municipio de San Miguel Petapa.

Referencia Bibliográfica

1. Alonso, C. G. (2003). *Diccionario de comunicación*. México: Editorial Trillas.
2. Ángel Benito. (1991). *Diccionario de Ciencias y Técnicas de la Comunicación*. (P. Gómez, Ed.) Madrid, España: Ediciones Paulinas.
3. Corella, M. A. (2006). *Comunicación Estratégica en las organizaciones*. México: Editorial Trillas, S.A.
4. Escuela de Marketing y Publicidad. (1994). *Marketing. Técnicas de organización y promoción*. Madrid: F&G Editores.
5. Gutiérrez, C. B. (1988). *La Comunicación: función básica de las relaciones públicas*. México: Editorial Trillas, S.A.
6. Interiano, C. (2003). *Semiología y Comunicación*. Guatemala: Editorial Estudiantil Fenix.
7. Lefler Ors, M. P. (2007). *Donación, mecenazgo y patrocinio como técnicas de relaciones públicas al servicio de la responsabilidad social corporativa*. Analisis , Madrid.
8. Martínez de Velasco, A., & Nosnik, A. (2008). *Comunicación organizacional práctica: manual gerencial* (Segunda ed.). México D.F., México: Trillas.
9. Merinero Fernández, A. (1997). *Marketing y Ventas en la oficina de Farmacia*. Madrid: Díaz de Santos.
10. (2010). *Municipalidad de San Miguel Petapa*. Informativo, San Miguel Petapa.
11. Pájaro Novoa, S. J. (2010). La comunicación interpersonal. *Seguridad y Políticas Industriales* , 3.
12. Pedroni, A. M. (1996). *Semiología un acercamiento didáctico*. Guatemala: Universitaria.
13. Petapa, M. d. (2010). *Información General*. San Miguel Petapa, Guatemala.

14. Publicaciones Vértice. (2008). *El correo electrónico como herramienta de venta*. España: Editorial Vértice.
15. Ramos Padilla, C. G. (1991). *La comunicación. Un punto de vista organizacional*. México: Editorial Trillas.
16. Schnaider, R., & Zarowsky, M. (2005). *Comunicación para principiantes*. Buenos Aires, Argentina: Editorial Planta Industrial de Longseller, S.A.
17. Valls Giménez, J. F. (1986). *La jungla comunicativa. Empresa y medios de comunicación en España* (Primera ed.). Barcelona, España: Editorial Ariel.
18. Velásquez Rodríguez, C. A. (1999). *Semiótica. Teoría de la mentira*. Guatemala: Ediciones de la posguerra.

E-Grafía

1. Ayala, M. (2013). *www.integramasmas.com*. Recuperado el 03 de mayo de 2015, de La importancia del correo electrónico como medio de comunicación: <http://www.integramasmas.com/la-importancia-del-correo-electronico-como-medio-de-comunicacion/> 18:30hrs.
2. Contreras, H. (2011). *Portal de Relaciones Públicas*. Recuperado el 6 de abril de 2015, de <http://www.rppnet.com.ar/comorganizacional.htm> 20:40hrs.
3. Departamento Federal de Asuntos Exteriores. (enero de 2013). *Manual de la comunicación externa*. Recuperado el 03 de mayo de 2015, de http://doc.rero.ch/record/32760/files/09-Manuel_de_communication_externe_es_DDC_3018_spa_.pdf 23:25hrs.
4. Garduño Martínez, J. A. (18 de febrero de 2012). *Expresion socosolis hernandez*. Recuperado el 6 de abril de 2015, de <http://expresionsocosolishernandez.blogspot.com/2012/03/clasificacion-de-los-tipos-de.html> 15:30hrs.
5. Gobierno de España, M. d. (s.f.). *www.recursos.cnice.mec.es*. Recuperado el 04 de mayo de 2015, de Media Publicidad: <http://recursos.cnice.mec.es/media/publicidad/bloque10/pag7.html> 21:30hrs.
6. Hackmayer. (28 de julio de 2009). *www.mediosalternativos.blogcindario.com*. Recuperado el 04 de mayo de 2015, de Medios Alternativos: <http://mediosalternativos.blogcindario.com/2009/07/00001-medios-alternativos.html> 22:05hrs.
7. <http://www10.ujaen.es/>. (2010). Recuperado el 02 de mayo de 2015, de Plan de comunicación externo de la Unidad de Conserjerías (UNOC): http://www10.ujaen.es/sites/default/files/users/uconserjerias/Calidad/plan_de_comunicaion_externa.pdf 16:55hrs.
8. Lasheras, P. (10 de junio de 2013). *www.augure.com*. Recuperado el 04 de mayo de 2015, Obtenido de Publicity en la estrategia de comunicación: <http://www.augure.com/es/blog/publicity-en-comunicacion-20130610> 23:20hrs.

9. Mercociudades, S. E. (28 de noviembre de 2012). *www.mercociudades.org*. Recuperado el 03 de mayo de 2015, de Comunicar: <http://www.mercociudades.org/node/3847> 00:10hrs.
10. Morales Rosas, A. I. (27 de septiembre de 2009). *Comunicación Organizacional*. Recuperado el 6 de abril de 2015, de <http://anamoralesrosas.blogspot.com/2009/09/comunicacion-externa-y-sus-funciones.html> 18:40hrs.
11. Muñiz, R. (2015). *Marketing XXI*. Recuperado el 6 de abril de 2015, de <http://www.marketing-xxi.com/la-comunicacion-interna-119.htm> 19:10hrs.
12. Orozco, M. (2013). *www.todomktblog.com*. Recuperado el 04 de mayo de 2015, de todomarketing: <http://www.todomktblog.com/2013/04/que-es-la-publicity.html> 22:20hrs.
13. Real Academia Española. (2012). *www.rae.es*. Recuperado el 04 de mayo de 2015, de Diccionario: <http://lema.rae.es/drae/?val=publicidad> 23:15hrs.
14. Reid, M. (2014). *www.ehowenespañol.com*. Recuperado el 03 de mayo de 2015, de Tipos de comunicación externa: http://www.ehowenespanol.com/tipos-comunicacion-externa-lista_439684/ 00:40hrs.
15. Sánchez Calero, L. (septiembre de 2005). *Sala de Prensa*. Recuperado el 06 de abril de 2015, de <http://www.saladeprensa.org/art633.htm> 20:10hrs.
16. Vázquez Aguilar, J. (06 de abril de 2003). *www.gestiopolis.com*. Recuperado el 04 de mayo de 2015, de Tendencias de la comunicación externa en las empresas: <http://www.gestiopolis.com/tendencias-comunicacion-externa-empresas/> 00:10hrs.
17. *www.significados.com*. (s.f.). Recuperado el 6 de abril de 2015, de <http://www.significados.com/contexto/> 20:50hrs.
18. Yeudiel, D. (2009). *www.dyeuds.blogspot.com*. Recuperado el 04 de mayo de 2015, de Medios Alternativos de Comunicación: <http://dyeuds.blogspot.com/2009/03/medios-alternativos-de-comunicacion.html> 23:50hrs.

Anexos



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

“La comunicación externa de la Municipalidad
de San Miguel Petapa y sus habitantes”



Entrevista al personal de Relaciones Públicas de la Municipalidad de San Miguel Petapa

Entrevistado:

Cargo:

1. ¿Cuál es el objetivo del departamento de Relaciones Públicas?
2. ¿Cómo está estructurado el departamento?
3. ¿Qué herramientas de comunicación utilizan para comunicarse con los habitantes?
4. ¿Cuentan con un plan de trabajo dentro de la institución, si es así cuál es?
5. ¿Planean, estructuran y difunden toda la información relacionada con las actividades y proyectos municipales? ¿Cómo?
6. ¿Planean, editan y distribuyen las publicaciones que reflejen las actividades municipales?
7. ¿Planean, jerarquizan y diseñan la información que será difundida a través de los distintos medios de comunicación?
8. ¿Obtienen de fuentes fidedignas la información de la municipalidad? ¿Cuáles son las fuentes?
9. ¿Revisan y corrigen los textos que vayan a difundirse?

10. ¿Reúnen la información necesaria para editar las publicaciones de la municipalidad?
11. ¿Supervisan la correcta impresión de los materiales?
12. ¿Proporcionan el material fílmico y fotográfico, así como el equipo audiovisual necesario al personal de la municipalidad y a los medios de comunicación?
13. ¿Qué medios le brindan al ciudadano para que se comunique con ustedes?
14. ¿Cuentan con el presupuesto necesario para realizar todas las funciones del departamento?
15. ¿Considera que cumplen con comunicar a todos los habitantes del municipio?



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

“La comunicación externa de la Municipalidad
de San Miguel Petapa y sus habitantes”



La información que proporcionará en la siguiente encuesta es con fines académicos universitarios. Gracias por su colaboración.

Edad: _____ Género: Masculino Femenino Estado Civil: _____

Sabe leer: Si No Sabe escribir: Si No

Último grado académico: _____ Actividad laboral: _____

Sector o Colonia en donde vive: _____

Tipo de Vivienda: Propio Alquilado

1. ¿Sabe cómo se llama el Alcalde del municipio de San Miguel Petapa?

Si

No

2. ¿Ha visitado el Alcalde la colonia o sector en donde vive?

Si

No

3. ¿Sabe si el Alcalde ha rendido algún informe en lo que lleva de gobierno?

Si

No

4. ¿Sabe en dónde está ubicada la Municipalidad de San Miguel Petapa?

Si

No

5. ¿Ha visitado la Municipalidad de San Miguel Petapa?

Si

No

6. ¿Qué tan seguido visita la Municipalidad?

Semanal

Quincenal

Mensual

Anual

7. ¿Cómo evalúa la atención que le brindaron en la Municipalidad?

Excelente Buena Regular Mala

8. ¿Sabe a dónde acudir cuando necesita información sobre actividades de la Municipalidad?

Si No

9. ¿Conoce que proyectos está realizando la Municipalidad actualmente?

Si No

10. ¿Considera que la Municipalidad cumple con informar a la población acerca de todas sus actividades y servicios?

Si No

11. ¿A través de qué medios se informa de las actividades que realiza la Municipalidad?

Periódicos Radio Redes Sociales Medios Alternativos
Infomóvil Página Web www.munisanmiguelpetapa.gob.gt

Periódicos

Nuestro Diario Metropolitano El Amanecer Express Veraz
Publicitio El Revisor Zoomnews Otro: _____

Radio

Sonora Emisoras Unidas Nuevo Mundo Alfa Radio Universidad

Redes Sociales

Facebook Twitter YouTube

Medios Alternativos

Vallas publicitarias Volantes informativos Cartas Bifolear "Somos Petapa"

Guías de Observación

Área de trabajo del departamento de Relaciones Públicas de la Municipalidad de San Miguel Petapa

No.	Aspectos a evaluar	Bueno	Regular	Malo
1.	Espacio de trabajo adecuado			
2.	Área de trabajo limpia y ordenada			
3.	Mobiliario apropiado			
4.	Equipo de trabajo adecuado			
5.	Imagen que proyecta el departamento			
6.	Armonía entre los empleados			

Herramientas de comunicación externa

No.	Aspectos a evaluar	Si	No
1.	El material escrito está bien impreso		
2.	El material impreso está bien diseñado		
3.	Se tiene el material fílmico y fotográfico adecuado		
4.	Los medios escritos como periódicos, volantes y bifolios, son difundidos y otorgados en lugares estratégicos		
5.	Las vallas publicitarias están ubicadas en lugares visibles		
6.	Las redes sociales son utilizadas constantemente		
7.	Es audible el infomóvil o voceo		
8.	Se le da el uso necesario a la página web		