

**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
CENTRO UNIVERSITARIO DE SUR OCCIDENTE
LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**



Trabajo de graduación presentado al honorable consejo directivo por:

Yancy Nataly Gramajo Rodríguez

201041116

Previo a optar al título de:

Licenciada en Ciencias de la Comunicación

MAZATENANGO, SUCHITEPÉQUEZ, MARZO 2019

**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
CENTRO UNIVERSITARIO DE SUROCCIDENTE
LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
TRABAJO DE GRADUACIÓN**



Fortalecimiento de la comunicación interna y externa a través de la imagen institucional de la Municipalidad de San Antonio, Suchitepéquez.

Por:

**YANCY NATALY GRAMAJO RODRIGUEZ
yancynatalygramajorodriguez@gmail.com
201041116**

Revisor:

Licenciada Miriam Elizabeth Sandoval Gramajo

Previo a optar el título de:

LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

MAZATENANGO, SUCHITEPÉQUEZ, MARZO 2019

**AUTORIDADES UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
CENTRO UNIVERSITARIO DE SUROCCIDENTE**

Ing. Murphy Olimpo Paiz Recinos

Rector

Arq. Carlos Enrique Valladares Cerezo

Secretario General

**MIEMBROS DEL CONSEJO DIRECTIVO DEL CENTRO UNIVERSITARIO DE
SUROCCIDENTE**

Dr. Guillermo Vinicio Tello Cano

Director

REPRESENTANTES DE PROFESORES

MSc. José Norberto Thomas Villatoro

Secretario

Dra. Mirna Nineth Hernández Palma

Vocal

REPRESENTANTE GRADUADO DEL CUNSUROC

Lic. Ángel Estuardo López Mejía

Vocal

REPRESENTANTES ESTUDIANTILES

TPA. Angélica Magaly Domínguez Curiel

Vocal

PEM y TAE Rony Roderíco Alonzo Solís

Vocal

Coordinación Académica

MSc. Luis Felipe Arias Barrios
Coordinador Académico

MSc. Rafael Armando Fonseca Ralda
Coordinador Carrera Licenciatura en Administración de Empresas

Lic. Edin Aníbal Ortiz Lara
Coordinador Carrera de Licenciatura en Trabajo Social

Dr. Rene Humberto López Cotí
Coordinador de las Carreras de Pedagogía

MSc. Víctor Manuel Nájera Toledo
Coordinador Carrera Ingeniería en Alimentos

MSc. Héctor Rodolfo Fernández Cardona
Coordinador Carrera Ingeniería Agronomía Tropical

MSc. Karen Rebeca Pérez Cifuentes
Coordinadora Carrera Ingeniería en Gestión Ambiental Local

Lic. Marco Vinicio Salazar Gordillo
Coordinador Carrera de Licenciatura en Ciencias Jurídicas y Sociales
Abogacía y Notariado

Lic. José Felipe Martínez Domínguez
Coordinador de Área

CARRERAS PLAN FIN DE SEMANA

MSc. Tania Elvira Marroquín Vásquez
Coordinadora de las carreras de Pedagogía

Lic. Heinrich Herman León
Coordinador Carrera Periodista Profesional y
Licenciatura en Ciencias de la Comunicación

DEDICATORIA

A Dios

Por brindarme la oportunidad de vivir y conocer su perdón; por permitirme este logro que desee con mi corazón, más él supo el momento en que debía de ser.

A mi madre

Clariza Albellina Rodríguez Calderón, que con tanto anhelo deseabas verme crecer y cumplir mis metas. Te dedico este logro por ser el modelo perfecto de amor, paciencia apoyo y bondad. Agradezco tu ejemplo integro e intachable de mujer virtuosa. Mi amor por ti trasciende los cielos. Te Amo.

A mi padre

Otto Juan Gramajo Álvarez. Este triunfo es tuyo padre, porque tú me diste la oportunidad de lograr mis metas a través de tu dedicación y esfuerzo para darme los medios necesarios. Tu ejemplo de disciplina y constancia me han forjado como persona, tu motivación e inteligencia son admirables, no existe nada tuyo que no ame eres y siempre serás mi hombre perfecto. Gracias por dejarme ser, por dejarme crecer y aprender sin juzgarme. Gracias por estar siempre allí. Te Amo. Dios te bendiga.

A mis hermanos y hermanas

Rony, Velvett, Mirsha y Hans gracias por ser mi alegría, mi pilar y motivo. Son los mejores compañeros de vida que pude elegir en el cielo; agradezco su lealtad incondicional, juntos hasta la eternidad. Los amo. Dios bendiga sus metas y propósitos.

A mi novio

Por nunca dejar que me rinda, por comprenderme y amarme plenamente cada día. Por tener metas celestiales conmigo. Por amarme. Te Amo.

AGRADECIMIENTOS

A Dios

Por brindarme la sabiduría y el entendimiento de cada palabra que he aprendido. Especialmente agradezco la oportunidad de llegar a este logro de conocimiento rodeada de muchas personas que me aman y motivan. No hay nada más valioso que el amor que me brindas

A mis padres y hermanos

Por siempre creer en mí y motivarme para seguir ampliando mi conocimiento espiritual y secular.

A la USAC y al CUNSUROC

Por otorgarme un aprendizaje secular de alto grado y permitirme ser representante del Centro Universitario.

A la Municipalidad de San Antonio, Suchitepéquez.

Por permitirme efectuar mis prácticas universitarias y desarrollar mi proyecto de graduación en sus instalaciones.

A Lic. Heinrich Herman León

Por su apoyo y comprensión, por basarse y regirse en la ética profesional universitaria.

A los docentes,

Por compartirme sus conocimientos y experiencias para prepararme como profesional universitaria.

A mis amigas

Joselline Hernández y Marylin Colop por apoyarme desde el inicio de la carrera universitaria, por compartir desvelos. A pesar de la distancia siempre estamos apoyándonos, deseo perdure nuestra amistad.

Índice General

Introducción	1
1. Diagnóstico	2
1.1. Objetivos	2
1.1.1. Objetivo General	2
1.1.2. Objetivos Específicos	2
1.2. Metodología.....	2
2. Informe.....	8
2.1. Objetivos	8
2.1.1. Objetivo General	8
2.1.2. Objetivos Específicos	8
2.2. Descripción general de la unidad de práctica.....	8
2.3. Informe de las estrategias comunicacionales más relevantes.....	10
2.3.1. Definición del problema	12
2.3.2. Justificación.....	13
2.3.3. Objetivos específicos.....	14
2.3.4. Materiales y métodos	14
2.3.5. Presentación y discusión de resultados	19
3. Conclusiones	21
4. Recomendaciones.....	22
5. Referencias	¡Error! Marcador no definido.
Anexos.....	25
Anexo A_ Organigrama de la unidad de práctica.....	26
Anexo B_ Esquema entrevista a profundidad	27
Anexo C_ Encuesta.....	28
Anexo D_ Análisis estadístico	31
Anexo E_ Cronograma de creación y ejecución de proyecto.....	39
Anexo F_ Fotografías.....	44
Anexo G_ Diseño de Trifoliar Informativo.....	48

Anexo H_Bosquej3 de p3gina Web.....	50
Anexo I_Plan estrat3gico para apertura de Oficina de Comunicaci3n Social.....	51
Anexo J_Fotograf3as de actividades adicionales de apoyo.....	60

Índice de Gráficas

Gráfica 1 División de la muestra por género.....	31
Gráfica 2 División de la muestra por edades.....	31
Gráfica 3 División de la muestra según nivel educativo.....	32
Gráfica 4 Residencia de los entrevistados.....	32
Gráfica 5 Profesión u oficio de los ecuestados.....	33
Gráfica 6 ¿Conoce usted que servicios presta la Municipalidad?	33
Gráfica 7 ¿Con qué frecuencia utiliza los servicios de la Municipalidad?.....	34
Gráfica 8 ¿Cómo califica la atencios que el personal de la Municipalidad le brinda?....	34
Gráfica 9 ¿Se le dificulta localizar las diferentes oficinas y unidades dentro de la Municipalidad?.....	35
Gráfica 10 ¿Conoce el horario de atención de la Municipalidad?.....	35
Gráfica 11 ¿Conoce el número de teléfono de la Municipalidad?	36
Gráfica 12 ¿Por qué medio se informó de los servicios que presta la Municipalidad? ..	36
Gráfica 13 ¿Cuál medio considera usted que es el más adecuado para informarse?...	37
Gráfica 14 ¿Considera usted que la Municipalidad debe dar a conocer sus funciones por alguno de los medios mencionados?	37
Gráfica 15 ¿Sabía usted que la Municipalidad tiene un canal de televisión?	38
Gráfica 16 ¿Con qué frecuencia ve el canal Municipal?.....	38

Índice figuras

Figura 1: Organigrama de Municipalidad de San Antonio, Suchitepequez.....	26
Figura 2: entrega de chalecos de identificacion para Canal de Television Municipal	44
Figura 3: Entrega de chalecos a encargada de Oficina Municipal de la Mujer	44
Figura 4: Fotografía de presentacion de propuesta de plan estrategico.....	45
Figura 5: Entrega de acrilicos a oficinas de la Municipalidad.	45
Figura 6: Fotografía de taller interactivo con jefes de ofinas Municipales.....	46
Figura 7: Entrega de identificacion de Canal de Television Municipal.....	46
Figura 8: Fotografía de capacitacion a personal de Municipalidad sobre Comunicación Efectiva.....	47
Figura 9: Diseño de Trifoliar informativo parte frontal.....	48
Figura 10: Diseño de trifoliar informativo parte interna.	49
Figura 11: Bosquejo de propuesta de pagina web	50
Figura 12: Actividad de proyecccion Municipal conmemoracion del día de la Mujer	61
Figura 13: Actividad de Proyeccion Municipal día de la Madre.....	61

Introducción

El presente trabajo de graduación se basó en el informe final del Ejercicio Profesional Supervisado -EPS- realizado en la Municipalidad de San Antonio, Suchitepéquez con una duración de 800 horas por Yancy Nataly Gramajo Rodríguez previo a obtener el título de Licenciada en Ciencias de la Comunicación en la Universidad de San Carlos del Centro Universitario de Sur Occidente; el cual se describe brevemente a continuación:

En la actualidad algunas municipalidades de los municipios del departamento de Suchitepéquez han incorporado imagen institucional por medio de su visión y misión, el uniforme del personal, reglamentos, identificación de sus oficinas y otros. Sin embargo, estos factores pueden pasar desapercibidos para el ciudadano si no se tiene el manejo correcto de los instrumentos corporativos. Es por esa razón que existen las oficinas de Comunicación Social en grandes instituciones y empresas, ya que permiten el adecuado uso de la proyección que se comunica ante los ojos de otras instituciones y empresas que manejan alianzas y estrategias de proyectos. Además el impacto que se produce por medio de la imagen física que exhiben permite desarrollar confianza y estabilidad. El fundamento de dicho dato es la observación participativa y presencial.

Por ello el proyecto ejecutado estudió e investigó los medios, capacidades y oportunidades que la Municipalidad de San Antonio Suchitepéquez tiene para mejorar la imagen corporativa y así lograr un mejor manejo de imagen como institución representante de una ciudadanía.

El proceso inició con el análisis y diagnóstico del manejo de la comunicación en la entidad para obtener la aprobación de proyectos dentro de los parámetros de la comuna.

Es así como en el proyecto se elaboraron distintos planes que enfocaban diferentes áreas de comunicación, algunos de ellos son: primero el diseño de la propuesta de la oficina de comunicación Social para la municipalidad; segundo, el mejoramiento de la imagen corporativa con organigramas, capacitaciones y talleres; tercera el jingle y videoclip municipal para imagen externa.

Dichos proyectos lograron despertar el interés de inversión en el mejoramiento de comunicación eficaz y proyección institucional.

1. Diagnóstico

Durante el Ejercicio Profesional Supervisado –EPS- se realizó un diagnóstico con la finalidad de conocer la situación de comunicación interna en la Municipalidad de San Antonio, Suchitepéquez empleando diferentes técnicas de estudio que permitieron plantear las estrategias necesarias para dar solución a los problemas encontrados.

1.1. Objetivos

1.1.1. Objetivo General

- Establecer la situación comunicacional de la municipalidad de San Antonio Suchitepéquez, para fortalecer a través de la imagen institucional.

1.1.2. Objetivos Específicos.

- Conocer el proceso comunicacional dentro de las instalaciones de la Municipalidad por medio del personal que labora en la institución.
- Proponer estrategias de comunicación basadas en los materiales y recursos con los que cuenta la comuna.
- Determinar el factor común entre comunicación e imagen de la institución.

1.2. Metodología

La presente investigación se basa en el método científico, ya que lleva los procesos de observación, análisis y síntesis.

Tomando en cuenta que la observación abierta consiste en analizar los fenómenos; este proceso permitió conocer el trabajo que realiza la municipalidad. Así mismo, por medio del método deductivo se evaluaron ciertas características de una situación particular en varios puntos del problema detectado el problema como la falta de comunicación interna y la poca proyección de la imagen institucional. Se utilizó para recolección de datos la técnica de investigación de la entrevista y la encuesta, luego se hizo el vaciado de preguntas por el sistema manual dando a conocer los resultados que permitieron fundamentar el proyecto a desarrollar.

Por lo tanto, se creó el proyecto nombrado “Fortalecimiento de la comunicación interna y externa a través de la imagen institucional de la Municipalidad de San Antonio, Suchitepéquez”.

Por medio de la observación se lograron detectar los siguientes aspectos que ayudaron a plantear las estrategias.

Aspectos Positivos

- Existe un canal de televisión Municipal.
- El Edificio de la Municipalidad de San Antonio cuenta con espacios adecuados para capacitaciones.
- Hay anuencia en las autoridades municipales para la implementación de estrategias que propongan un desarrollo en la comunicación con el ciudadano y entre departamentos.

Aspectos Negativos

- No existe una oficina de comunicación social ni personas que tengan el conocimiento de manejo de comunicación, imagen, capacitación y calidad del personal; incluso el encargado de recursos humanos no está certificado como tal.
- No hay comunicación interpersonal entre las distintas oficinas municipales.
- La misión y la visión municipal no están visibles en la institución.
- La oficina de la mujer y el canal de televisión no cuentan con un uniforme específico que los represente como trabajadores municipales en las actividades o trabajo de campo.
- No se hace uso del canal de televisión que posee la municipalidad para consolidar su imagen como institución.

Encuestas

Se realizaron 382 encuestas, resultado obtenido de una población total de 52,832¹ habitantes del municipio de san Antonio Suchitepéquez, a través de la siguiente fórmula:

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

²N: es el tamaño de la población o universo (número total de posibles encuestados).

k: es una constante que depende del nivel de confianza que asignemos. El nivel de confianza indica la probabilidad de que los resultados de nuestra investigación sean ciertos: un 95 % de confianza es lo mismo que decir que nos podemos equivocar con una probabilidad del 5 %.

e: es el error de muestra deseado. El error es la diferencia que puede haber entre el resultado que obtenemos preguntando a una muestra de la población y el que obtendríamos si preguntáramos al total.

p: es la proporción de individuos que poseen en la población la característica de estudio. Este dato es generalmente desconocido y se suele suponer que $p=q=0.5$ que es la opción más segura.

q: es la proporción de individuos que no poseen esa característica, es decir, $1-p$

n: es el tamaño de la muestra (número de encuestas que vamos a hacer)

Se realizaron 382 encuestas de forma descriptiva previamente estructuradas con respuestas cerradas y abiertas, también se incluyeron respuestas de selección múltiple para facilitar el análisis de los resultados.

¹Instituto Nacional de Estadística INE, Estimación de población.

²<http://www.feedbacknetworks.com/cas/experiencia/sol-preguntar-calcular.html>

A los encuestados se les preguntó si se les dificulta ubicar las diferentes oficinas y unidades dentro de la municipalidad, a lo cual 60% respondió que tienen dificultad al buscar la oficina apropiada para el servicio que solicitan, pues tienen que recurrir a los guardias de seguridad para ubicar la oficina, esto es debido a que no existe un directorio de oficinas. El 40% respondió que sí encuentran con facilidad las oficinas y unidades dentro de la municipalidad, pero ello es debido a que las usan con frecuencia.

Es relevante mencionar que el 54% de los ciudadanos sí conoce el canal de televisión de la municipalidad, por lo tanto se valida el uso de este medio. Además, el 48% respondió con la variable “siempre” al preguntarles con cuánta frecuencia lo veían; por lo tanto se enfatiza que el medio que más consideran adecuado para la municipalidad es la televisión con un 52% comparada con otras variables como la radio o redes sociales.

Por ello se capacitó a los encargados del canal de televisión y se trabajó con ello la dirección y producción de un videoclip para promover la municipalidad y el municipio como tal.

En cuanto al servicio de atención al cliente que brinda la municipalidad un 44% lo calificó como “Excelente” y un 30% “Bueno”

Entrevistas a Profundidad

Se realizó una entrevista con el Alcalde Municipal Profesor Alfredo Sánchez con el propósito de conocer los proyectos o propuestas que se han trabajado en cuanto a la proyección de la imagen institucional y qué proyectos son permitidos dentro de la institución. Preguntándole directamente si él sabía el ¿por qué? y cómo afecta que no se le dé importancia a la imagen de una municipalidad de forma corporativa en el canal de televisión, respondió *“el canal municipal es la ventana de la municipalidad hacia la población, es de donde se ve, desde afuera hacia adentro y desde dentro hacia afuera”*

También se entrevistó director del canal Víctor Barreno cuestionándole ¿Cómo califica la proyección de la Municipalidad en el canal de televisión que posee? a lo cual contestó *“lo puedo calificar como regular debido a que no se invierte en el medio; pero nosotros como trabajadores hacemos lo que podemos para que el televidente tenga una buena trasmisión.”*

Siempre enfocándonos en la comunicación interna e imagen presentada a la comunidad, se le cuestionó al Licenciado Sergio Moreno secretario 1 de la Municipalidad ¿Cuál es la importancia de la imagen institucional? A lo cual respondió *“Es importante que se mejore debido a que cada dependencia conoce su puesto, sin embargo la población debe conocer las jerarquías, los proyectos e incluso muchos estudiantes solicitan información pero no está actualizada, y es porque no hay quien vele por la municipalidad en sí y el cómo se vea ya que los trabajadores nos preocupamos por lo que le corresponde a nuestra dependencia y nada más.”*

Así mismo se entrevistó a Jorge Yuvini Alvarado de León, jefe de Recursos Humanos a quien se le realizó la siguiente pregunta ¿considera usted que se deben realizar capacitaciones al personal en cuanto a los temas de comunicación empresarial, institucional y eficaz? mencionando *“sí es necesario la capacitación al personal en temas que mejoren el rendimiento entre departamentos ya que eso se ve reflejado en la atención e imagen que se trasmite a la población.”*

Documentación

Con el objetivo de conocer y estudiar la entidad se utilizaron documentos como investigaciones, libros e informes, para desglosar y obtener la de mayor información que sea de importancia para el diagnóstico de la Municipalidad. Para la elaboración del diagnóstico el encargado de la Oficina de Planificación Municipal otorgó el plan de desarrollo municipal y el encargado de Recursos Humanos el organigrama de la institución junto con la misión y visión. Así mismo, la encargada de la Oficina Municipal de la Mujer dio a conocer la misión, visión y objetivos de la misma.

Así como se utilizaron los siguientes documentos: Plan de Desarrollo Municipal 2011-2025.³, Plan de gobierno Local 2012-2016⁴ y Código Municipal incluyendo las siguientes fuentes de internet:

- Geografía

Mapas Municipales y Departamentales

www.inforpressca.com/municipal/mapas_web/guatemala.php

- Instituto Nacional de Estadística (INE). www.ine.gob.gt

³Consejo Municipal de Desarrollo San Antonio Suchitepéquez. Secretaria de Planificación y Programación de la Presidencia SEGEPLAN/DPT, 2010.

⁴Proceso Metodológico, Sistema de Planificación y Programación Territorial (SPPT). Dirección de Planificación Estratégica Territorial de SEGEPLAN

2. Informe

En el informe se presenta la descripción de las fases ejecutadas durante el Ejercicio Profesional Supervisado -EPS-. Así como los resultados obtenidos con la implementación de las estrategias de comunicación que se plantearon durante la fase de diagnóstico.

2.1. Objetivos

2.1.1. Objetivo General

- Fortalecer la comunicación interna y externa de la institución a través de las estrategias planteadas por medio del proyecto de graduación en la Municipalidad de San Antonio Suchitepéquez.

2.1.2 Objetivos Específicos

- Orientar la comunicación interna entre departamentos para enfocar al personal en la ejecución de la misión y visión establecida por la Municipalidad.
- Mejorar la imagen corporativa de la Municipalidad.
- Promover la Municipalidad como una institución del ciudadano.

2.2. Descripción general de la unidad de práctica

Institución

Nombre: Municipalidad

Tipo de institución: Entidad del Estado

“La municipalidad es el ente del Estado responsable del gobierno del municipio, es una institución autónoma, es decir, no depende del gobierno central. Se encarga de realizar y administrar los servicios que necesita una ciudad o un pueblo.”⁵

⁵Página oficial de la Municipalidad de Guatemala.

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

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

El edificio de la municipalidad que actualmente se encuentra en funciones, fue construido por Lucas César Cano Ponce en la administración 1966 a 1968 tiempo en el que fungía no solo como alcalde sino también como juez durante un periodo de dos años.

La Municipalidad de San Antonio está formada por diferentes dependencias que son: Juzgado de Asuntos Municipales y de Tránsito, Dirección de Administración Financiera Integral, Dirección Municipal de Dirección, Oficina Municipal de la Mujer y Secretaria Municipal, de la cual se desglosan diferentes segmentaciones de trabajo.

La municipalidad se encuentra en el casco urbano en medio de las 2da avenida y 2av "A", sobre la 4ta calle en el parque central de la juventud, detrás del quiosco municipal. Sobre la calle principal de entrada al pueblo de san Antonio.

La misión y visión de la Municipalidad son los siguientes.

Misión

"Somos una municipalidad con ambiente agradable, personal eficiente, eficaz y con buenas relaciones humanas que brinda un buen servicio a la población, con el propósito de satisfacer las necesidades que la población demanda y como lo establece la Constitución Política de la República de Guatemala y el Código Municipal. Aplicando procesos de participación comunitaria con equidad de género, priorización de necesidades sociales, procesos administrativos y financieros innovadores con base al sistema de valores morales, éticos, cívicos, sociales y ejecución de programas de

prevención y mitigación que permitan mejorar la calidad de vida de los habitantes del municipio.”

Visión

“Ser una municipalidad líder a nivel nacional, aplicando metodologías administrativas y financieras innovadoras, lo que dará como resultado el uso transparente de los bienes y recursos económicos del municipio teniendo como valores la responsabilidad, honestidad y honradez, de esta manera responder a las necesidades culturales, sociales, educativas, salud e infraestructura que la sociedad plantea; sin discriminación de raza, credo, posición económica, género e ideología.”

2.3. Informe de las estrategias comunicacionales más relevantes

Luego de realizar el diagnóstico en la Municipalidad de San Antonio Suchitepéquez se procedió a realizar un plan de intervención denominado “Fortalecimiento de la comunicación interna y externa a través de la imagen institucional en la Municipalidad de San Antonio Suchitepéquez “.

Inicialmente se presentaron los resultados y problemas a los dirigentes de la institución. Posteriormente se planificó la implementación de los proyectos con apoyo del personal en fechas programada pues otro de los objetivos fue fortalecer la comunicación interna entre el personal para lograr una mejor comunicación externa con el ciudadano y así desarrollar una mejor percepción de la imagen institucional.

Para optimizar la comunicación interna se realizó una capacitación basada en la comunicación efectiva, la cual se llevó a cabo con los jefes de cada dependencia municipal incluyendo el canal de televisión. Con ello se logró el apoyo de los trabajadores en la implementación de los demás proyectos.

Por medio de la cartelera informativa y los trifoliales se situó la información interna entre dependencias y la información para el ciudadano. Para que puedan ubicar el trabajo de cada dependencia y sepan a dónde acudir.

La imagen externa se mejoró por medio de un taller de conocimientos de propaganda y publicidad impartido a los encargados del canal de televisión con el cual se elaboró un jingle y anuncio televisivo y así alcanzar la práctica de lo estudiado y hacer uso del canal de televisión. Debido a que el 50% de las personas encuestadas afirmaron ver el canal municipal para ver las actividades que realiza la comuna y anuncios de oportunidades de exoneraciones de mora en impuestos u otras noticias del municipio.

Se implementó el diseño de la misión y visión de dicha dependencia y se crearon los chalecos para ser identificados como un medio municipal.

Dentro de imagen externa para la institución se realizó la colocación de los acrílicos de la misión y visión municipal, para que el ciudadano y el empleado conocieran la finalidad de dicha entidad, ya que no se encontraba exteriorizada en ninguna parte del edificio municipal. Así mismo también se trabajó la entrega de acrílicos con la dependencia que tiene más cercanía a las comunidades, la Oficina Municipal de la Mujer (OMM) y adicional se le entregó chalecos para que se identifiquen en las actividades de campo, pues no contaban con uniformes que las identifiquen.

Para apoyo a la institución también se expuso la importancia de la implementación de una Oficina de Comunicación Social (OCS) en el edificio del canal de televisión municipal, se dejó un plan estratégico para facilitar la apertura de dicho departamento en el momento que lo estipule la Municipalidad.

De la misma manera, se creó un bosquejo de la página web municipal para aprovechar el avance de la tecnología.

2.3.1. Definición del problema

Al observar nos percatamos que el objetivo fundamental de toda empresa o institución, es que el público comprenda el mensaje que desean transmitir a través de distintos medios. Sin embargo algunas Municipalidades no se han enfocado en la imagen como un medio para comunicar e informar.

En la Municipalidad de San Antonio, Suchitepéquez la institución no cuenta con una oficina de comunicación social o personal con preparación académica en temas de relaciones públicas o comunicación social, que permitan el uso adecuado de la difusión y proyección de la comuna. Lo cual es trascendental debido a que la comunicación institucional se proyecta al mismo tiempo en el interior y el exterior de la entidad mostrando una filosofía directa de la misma que trasmite el fruto de un proceso de trabajo o bien puede ser el resultado de la falta interés interno por una organización de calidad para el ciudadano.

El problema central es la falta de comunicación interna y conocimiento de los beneficios del manejo de imagen institucional en la Municipalidad, los cuales se pueden fortalecer utilizando los recursos ya existentes.

El pasar desapercibido el fortalecimiento de la comunicación interna, los resultados de atención y visualización que el ciudadano obtiene pueden llegar a crear una total disociación con la entidad, creando un desbalance financiero o de credibilidad para la Municipalidad.

Sin embargo enfocarse en lo externo por otro medio también es esencial. En este caso sería por medio del canal de televisión con el que cuentan. Debido que a pesar de contar con un medio de comunicación televisivo denominado TUNEVISION 12, la Municipalidad no trabaja campañas o proyectan identidad ciudadana que permitan al

ciudadano de San Antonio admirar los avances, proyectos, actividades que realiza la comuna por el municipio. Lo cual es de suma importancia para lograr que el ciudadano perciba eficacia y calidad de la entidad que los representa como municipio, la Municipalidad.

2.3.2. Justificación

El proyecto planteado responde a una realidad de necesidades de comunicación dentro de la institución seleccionada; hoy en día nadie es ajeno a los problemas que representa el mal manejo de comunicación dentro de una corporación, asociación e institución; debido a que cuando se visitan grandes empresas lo primero que observamos es el resultado final de un proceso de selecciones metódicas previamente estudiadas para brindar un servicio de calidad al público objetivo.

Por medio de la investigación y el estudio del desarrollo de la Municipalidad de San Antonio, Suchitepéquez, se evidenció la falta del desarrollo en el área de comunicación institucional, pues durante años no se han realizado capacitaciones o talleres para el personal, proyectos de mejoramiento imagen o infraestructura de la entidad. Para darle solución a este problema se propuso la implementación del proyecto de Fortalecimiento de la Comunicación interna y externa a través de la imagen institucional en la Municipalidad y de esa manera realizar las estrategias comunicacionales que fortalecerán a la entidad.

Es entonces cuando surge el cuestionamiento ¿Es necesario que las Municipalidades cuenten con una Oficina de Comunicación Social, como lo hacen las grandes empresas? o ¿debe una Municipalidad tener manejo de imagen institucional? .Por lo tanto, si no existe dicha oficina en una organización, no se atenderá la necesidad esencial de comunicar como entidad dentro de los parámetros corporativos como en su proyección externa hacia el ciudadano.

Instituciones como las Municipalidades deben estar fundamentadas en una calidad de comunicación excelente, debido a que son la imagen que representa cada municipio. Ese objetivo puede lograrse por medio de una oficina especializada en comunicación, para el manejo de campañas sociales y constante renovación de imagen corporativa, que beneficie la percepción y aceptación de un municipio externamente a través de los medios de comunicación.

2.3.3 Objetivos específicos

1. Mejorar el enlace de comunicación entre Municipalidad y ciudadanos de la localidad por medio de los recursos corporativos.
2. Dar a conocer a la población el propósito de Municipalidad en el municipio por medio de la exhibición de la misión y visión dentro de la infraestructura de la entidad.
3. Capacitar al personal de la Municipal para mejorar la comunicación a nivel interno y generar un recurso humano eficiente.
4. Utilizar el recurso del canal de televisión para proyectar un video clip que represente la Municipalidad como una institución del ciudadano de San Antonio Suchitepéquez.

2.3.4 Materiales y métodos

Es de importancia mencionar algunos de los documentos que fueron base de la investigación como lo es el plan de gobierno local y desarrollo municipal por parte de los periodos anteriores de alcaldías y así mismo el código municipal para conocer dicho ente.

Este conocimiento, permitió que se desarrollara 1 proyecto agrupado en 11 productos enfocados en comunicación tanto visual, verbal y auditiva; los cuales lograron el vínculo

de equipo de trabajo que requiere una institución enfocada en el desarrollo de la calidad de vida del ciudadano como lo es la Municipalidad de San Antonio.

El proyecto desarrollo fases previamente estructuradas para lograr los resultados efectivos en la institución. A continuación se presentan las estrategias y resultados obtenidos en la ejecución del proyecto:

Material impreso

- Trifoliar informativo. Se diseñó la imagen del trifoliar y se colocó la información seleccionada; antes de su impresión se presentó al Alcalde el diseño y luego de su aprobación se imprimieron 100 ejemplares para entrega simbólica, los cuales se separaron en bloques de 25 unidades en cuatro dependencias: Receptoría, Secretaria, Oficina Municipal de la Mujer y Canal de Televisión. Se entregó el archivo en digital para su reproducción. Con este producto se logró obtener un documento con información breve y disponible al ciudadano para dar a conocer su formación como institución, promoviendo la visita a las redes sociales y el canal de televisión. El proceso estuvo a cargo de la Epesita bajo la supervisión de autoridades municipales.
- Acrílico de Misión y Visión. Se redactó la misión y visión del Canal de Televisión Municipal y se modificaron ambas en la Oficina Municipal de la Mujer; se procedió a buscar un diseño apropiado para la presentación. Después de la aprobación del alcalde y del encargado de cada jefe de dependencia mencionado, se entregaron en la fecha establecida calendario por medio de una presentación final hacia el alcalde y trabajadores municipales, incluyendo un acto protocolario para la colocación visible al ciudadano. Se obtuvo una presentación corporativa en el edificio de la municipalidad que logró mejorar la imagen que percibe el ciudadano de la institución con un alto grado de

aceptación por el personal de la institución y el ciudadano del municipio. El proceso estuvo a cargo de la Epesita bajo la supervisión de autoridades municipales.

- Cartelera Informativa. Se cotizó y se solicitó una cartelera corcho de 90x120 cm. la cual se entregó al alcalde Municipal y se colocó dentro del edificio; previamente la epesista explico al personal el uso y la importancia de este espacio para colocación de información de forma ordenada y periódica, para evitar el desconocimiento de las actividades internas y externas. Logrando que diversas oficinas de la municipalidad obtengan un espacio para publicar circulares, notas, comunicados u otro tipo de información de forma ordenada y visible a todo el personal y visitantes. Permitiendo que las paredes de la institución no se saturen con documentos y obtuvieran una imagen más presentable.

Material audio visual

- Video Clip y Jingle Municipal. Se llevó a cabo la producción de un jingle municipal con equipo profesional, se redactó la letra y se diseñó una pista de genero vallenato el cual se utilizó en el anuncio que se trasmitió en el canal Municipal TUNEVISION 12; la grabación de las tomas duró 2 días y 2 días de edición. Se trabajó con el personal de la municipalidad y se enfocaron tomas de los dos parques, la iglesia, biblioteca y edificio municipal. El anuncio se entregó al director del canal televisivo. Como resultado el medio de comunicación municipal obtuvo material audiovisual para dar inicio a la proyección de la imagen cultural integrando a los pobladores y parte de la visión municipal "...sin discriminación de raza, credo, posición económica, género e ideología.". Por lo tanto se acentuó el valor de igualdad, lo cual fortaleció la comunicación y la relación que existe ciudadano y entidad

obteniendo la aceptación de los televidentes del canal de televisión municipal TUNEVISION12.

Capacitaciones

- Taller interactivo de Comunicación Efectiva. Se organizó un taller para los jefes de oficina sobre comunicación efectiva, elaborado por la epesista. Se explicó el tipo de comunicación, y cuál es el trabajo que deben cumplir basándose en la misión de dicha institución “Somos una municipalidad con ambiente agradable, personal eficiente, eficaz y con buenas relaciones humanas que brinda un buen servicio a la población, con el propósito de satisfacer las necesidades que la población demanda...”. Por lo cual dentro de la capacitación se integró el análisis del conferencista Fredy Kofman “Tu Trabajo, no es Tu Trabajo” del año 2013; luego de la presentación llevada a cabo en las instalaciones de la Iglesia de Jesucristo de los Santos de los Últimos Días del municipio, se procedió a un almuerzo con los márgenes de protocolo y logística apropiados. Se logró direccionar al personal en un objetivo general para alcanzarlo como institución por medio del trabajo en equipo, despertando el interés en el autoanálisis de su trabajo como oficinas.
- Capacitación de comunicación e imagen institucional. Esta capacitación fue elaborada por la epesista en el salón de reuniones de la Municipalidad para los trabajadores del canal de televisión donde se analizó la misión y la visión municipal con mayor profundidad para enfocar el medio televisivo como un pilar de la institución que transmita los mismos principios. Por lo tanto, se les definió que es un spot, jingle, en que consiste una campaña social, que es un logotipo, los colores y manejo de publicidad y así planificar en conjunto con el personal de dicho canal la creación de un jingle y spot. La capacitación del personal del canal de televisión dio como resultado la innovación del logotipo del medio y permitió a los encargados obtener las bases necesarias en comunicación para trabajar proyectos mismos del canal de televisión enfocados en la proyección de la institución.

Material Complementario de imagen institucional

- Proyección del Plan Estratégico de la Oficina de Comunicación Social. Se elaboró un documento impreso con la misión, visión, objetivos para la futura implementación de una oficina de comunicación social (OCS), dentro del documento está la descripción, propósito y función de una OCS; cuenta también con un perfil del personal que requiere esta dependencia así como también un organigrama; Se entregó el documento impreso al jefe de recursos humanos. La ejecución duró 2 semanas. Logrando expandir el conocimiento que tenían sobre el campo de la comunicación; luego de la exposición certera de la epesista se despertó el interesen en el documento para facilitar la apertura de dicha oficina dentro de la institución como un beneficio para el desarrollo de la misma en el momento que ellos lo estipularan conveniente.
- Chalecos de identificación de la Oficina Municipal de la Mujer (OMM) y Canal de Televisión Municipal. Las encargadas de la Oficina Municipal de la Mujer y el personal del canal de televisión accedieron a la creación de los chalecos luego de que la epesista diera a conocer la amplia cercanía que poseen con las comunidades; por lo tanto se procedió a la investigación de diseños y cotizaciones apropiadas para una corporación. Se logró Identificar al personal del canal de televisión municipal para dar a conocer su trabajo y mejorar la imagen de proyección como medio de comunicación, así mismo se identificó al personal de la Oficina Municipal de la Mujer al momento de visitar las comunidades atribuyendo compromiso y veracidad al trabajo proyectado fuera de la institución.
- Propuesta de diseño de imagen de página web. La epesista gestionó en conjunto con Oscar de León (diseñador virtual) la creación de un demo que se presentó al personal de la Municipalidad; el demo estuvo en línea durante 20 días para que el personal lo observara y emitieran su opinión sobre el diseño. Propuesta que

obtuvo aprobación de todo el personal municipal y del alcalde. Logrando específicamente despertar el interés de la alcaldía en la creación de una página web que facilite al ciudadano información que resalte el municipio, obteniendo una cobertura ilimitada para promover las actividades planificadas durante el año.

- Identificación del canal de Televisión Municipal. Se identificó el medio de comunicación, el cual está ubicado fuera de la Municipal en el segundo nivel del edificio del mercado; por lo tanto se diseñó una manta vinílica que lleva el logotipo, nombre y un diseño atractivo visible a los ciudadanos. Se solicitó la construcción de una estructura metálica en forma de visera para la colocación de la manta, proporcionando una mayor visibilidad y ubicación del canal de televisión municipal. Su producción duró una semana y se implementó en un día. Con ello se logró fortalecer la imagen externa del canal de televisión municipal al colocar la visera de identificación fuera del edificio donde se encuentra ubicado; permitiendo llamar la atención a los peatones que no conocían la ubicación de las oficinas del canal televisivo TUNEVISION 12.

Equipo

- Equipo de producción visual, este fue facilitado por la Municipalidad de San Antonio Suchitepéquez. Para el desarrollo del material audiovisual y recolección de imágenes.

2.3.5 Presentación y discusión de resultados

En la ejecución del proyecto “Fortalecimiento de la Comunicación interna y externa a través de la imagen institucional en la Municipalidad de San Antonio, Suchitepéquez.” Se realizaron 11 productos que beneficiaron tanto a la entidad como a los vecinos que visitaron la institución.

Wendy López Jueza de Asuntos Municipales y de Tránsito manifestó que después del taller de comunicación efectiva que se recibió se mejoró la comunicación dentro de las

demás oficinas y dependencias y comento que si dichos talleres se implementaran con más frecuencia para que la calidad de trabajo progrese constantemente.

Se alcanzó la proyección de la cultura y tradiciones que representan al municipio por medio del videoclip y jingle, donde se integró la Municipalidad como parte fundamental de la población. Se logró un resumen de como la institución trabaja y fomenta la calidad de vida del ciudadano. Dicho proyecto integro representantes de las comunidades, grupos de bailes, reinas de belleza, biblioteca y trabajadores municipales, proyectos realizados, desfiles de la feria patronal y diversas imágenes del municipio tales como los parques y su iglesia.

Víctor Barreno director del canal municipal expresó que después de la capacitación de comunicación e imagen institucional, y la inclusión en la producción del video clip con los demás compañeros del canal, se fortalecieron los conocimientos y la confianza para realizar proyectos similares que despierten el interés del público hacia la municipalidad.

La identificación del canal de televisión permitió que los ciudadanos localizaran el medio de comunicación debido a que se encontraba afuera del edificio municipal, en el segundo nivel del mercado. De igual manera los acrílicos mejoraron la percepción de la imagen institucional de forma externa e interna al incorporar la misión y visión Municipal de forma visible al ciudadano y asimismo también al crear y visualizar las del Canal Municipal y Oficina Municipal de la Mujer.

De la misma manera los chalecos de identificación permitieron al canal de televisión obtener mayor presencia en las actividades que realizan frecuentemente en las comunidades.

Para poder brindar información breve y concisa a los ciudadanos que visitaban la Municipalidad se les entregó trifoliales informativos que ayudaron a informar la misión y visión, objetivos y principios por los que la institución se rige y de esta manera el ciudadano percibió el propósito de la entidad.

3. Conclusiones

1. Se determinó en base al Ejercicio Profesional Supervisado que el uso de medios de comunicación por la Municipalidad es fundamental para transmitir identidad ciudadana, fortalecer las relaciones sociales y publicas de su municipio.
2. Se demostró que por medio de estrategias de comunicación interna como las capacitaciones y talleres se logra una mejor proyección corporativa de los trabajadores municipales.
3. A lo largo de la presente investigación y el diagnostico se concluyó, que es necesaria la relación entre la presentación de la imagen corporativa de la Municipalidad y el ciudadano como cliente objetivo; por ellos se implementaron diferentes elementos que mejoraron la imagen protocolaria dentro del edificio municipal enfocado al ciudadano.
4. Se estableció la importancia de una Oficina de Comunicación Social dentro de la Municipalidad, para proyección y manejo de la imagen institucional.

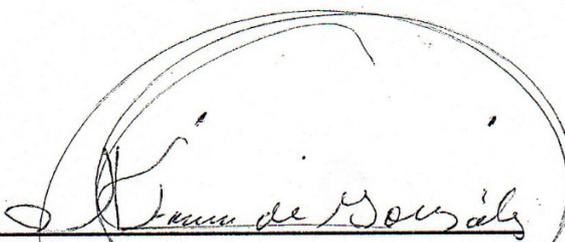
4. Recomendaciones

1. Producir periódicamente estrategias de comunicación como anuncios utilizando el medio televisivo como su principal canal para transmitir nuevos spot de la institución hacia el ciudadano.
2. Realizar bimestralmente talleres de interacción y motivación de trabajo en equipo con el personal de la institución, con temas como: Reglas de la comunicación, identificación de barreras de la comunicación, entre otros.; con el objetivo de mantener el enfoque de la Municipalidad que es velar por la calidad de vida del ciudadano del municipio y de esta forma mejorar la comunicación interna entre trabajadores, para que el ciudadano obtenga una mayor calidad de atención.
3. Mantener la imagen de la Municipalidad como una corporación que brinda seguridad, cercanía y estabilidad por medio de los pequeños elementos protocolarios como: remplazar la información de la cartelera semanalmente o mensualmente (según la relevancia de la información), mantenimiento de las identificaciones de las dependencias y actualización del diseño de trifoliar bimestralmente; y de suma importancia conservar todos los elementos que visualice el ciudadano limpios y organizados.

4. Utilizar el medio de comunicación televisivo de la Municipalidad TUNEVISION12 de forma dinámica, enfocándose más en informar al ciudadano de forma atractiva para fomentar la identidad sobre el municipio.

5. Referencias

- Congreso de la República. (2002). *Código Municipal de la República de Guatemala*. [Decreto 12- 2002] Guatemala: Diario de Centro América.
- Escobedo, J., García, A., De León, O., Pivaral, M., Canizales, F. (2012). *Plan de Gobierno local*. San Antonio, Suchitepéquez, Guatemala.
- Gramajo, I., Slowing, K., Monge, A., Dardón, J., Cárcamo, J., y Osorio, N. (2010). *Plan de Desarrollo de San Antonio, Suchitepéquez, Guatemala*.
- Instituto Nacional de Estadística. (2010). *Estimación de Población*. Recuperado de <http://www.ine.gob.gt>
- Municipalidad de Guatemala. (2012). *Código Municipal*. Recuperado de <http://www.muniguate.gt>



Vo.Bo. Licda. Ana Teresa de González

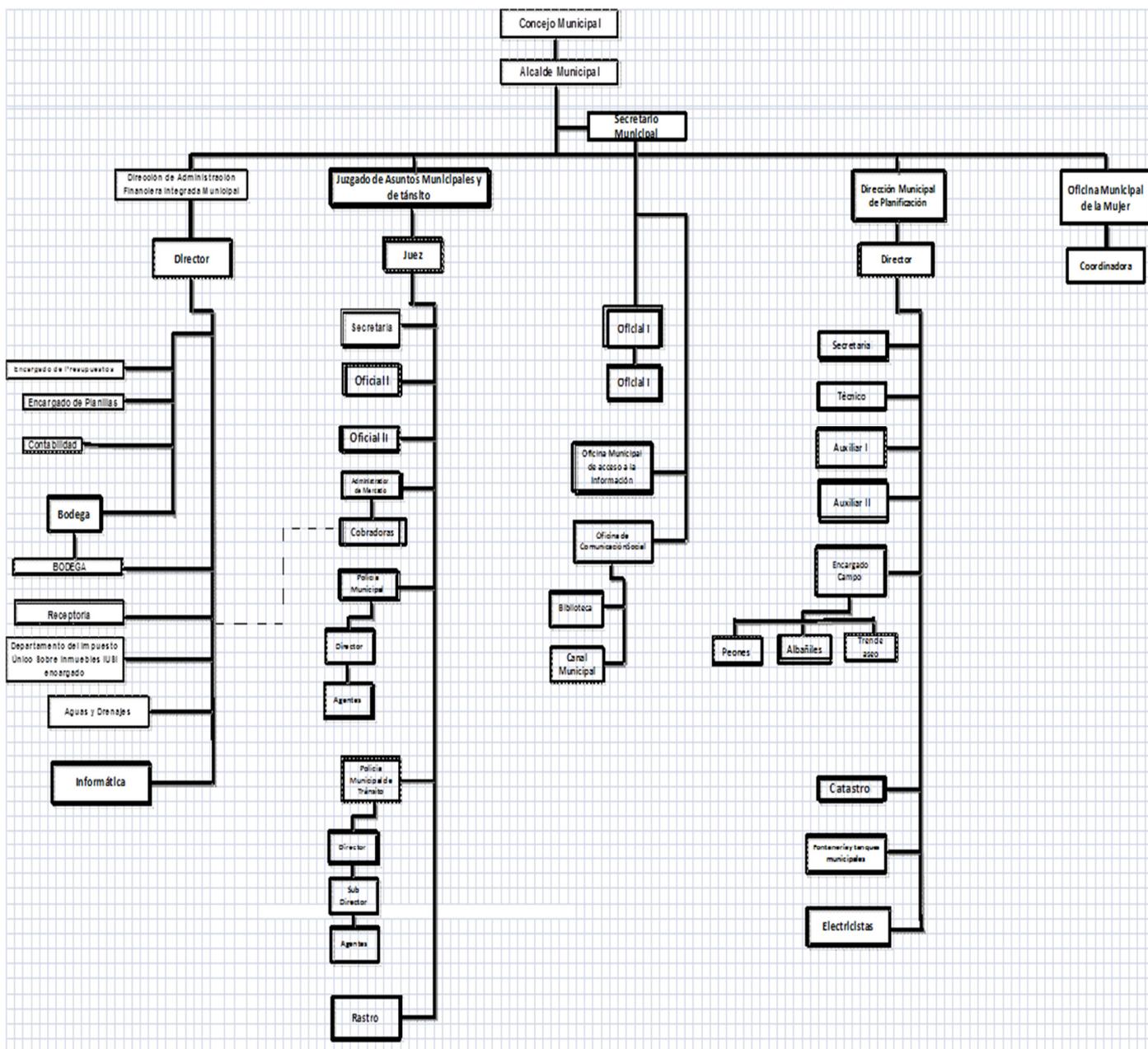
Bibliotecaria CUNSUROC



Anexos

Anexo A Organigrama de la unidad de práctica

Figura 1: Organigrama de Municipalidad de San Antonio, Suchitepequez.



Anexo B_Esquema entrevista a profundidad



DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
CENTRO UNIVERSITARIO DE SUR OCCIDENTE –CUNSUROÇ-
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN



ENTREVISTA INSTITUCIONAL

A continuación se le presenta una serie de preguntas para conocer cómo trabaja la Municipalidad como Institución.

Los resultados serán utilizados para una investigación académica. Responda objetivamente.

Nombre de entrevistado: _____

Cargo: _____

Institución: _____

1. ¿Cuál es la Función de la Municipalidad?

2. ¿Qué tipo de Institución es la Municipalidad?

3. ¿Cree usted que es necesario que la población conozca las funciones de la Municipalidad?

4. ¿Utiliza el canal municipal para dar a conocer información o actividades relacionadas con la Municipalidad?

No, Porque: _____
Sí, ¿Cómo lo utiliza? _____
5. ¿Que otro tipo de medio de comunicación utilizan para dar información de la municipalidad a la población?

Anexo C_Encuesta



UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
CENTRO UNIVERSITARIO DE SUR OCCIDENTE –CUNSUROC-



ENCUESTA

A continuación se le presentan una serie de preguntas con la finalidad de establecer qué tipo de comunicación existe entre la población y la Municipalidad de San Antonio, Suchitepéquez, y conocer si estos conocen los servicios que presta la institución.

Los resultados serán utilizados para una investigación académica. Responda objetivamente. Marque con una "x" o complete según corresponda

Género: Femenino Masculino

Edad: 18-25 26-35 36-45 46-55 56-65 66-75 76-85

Nivel Educativo: Primaria Secundaria Diversificado Universitario

Residencia: Área Urbana Área Rural

Profesión u Oficio: _____

1. ¿Conoce usted que servicios presta la municipalidad

SI NO

2. ¿Con que frecuencia utiliza los servicios de la municipalidad?

Siempre Algunas veces Nunca

3. ¿Cómo califica la atención que el personal de la municipalidad le brinda?

Excelente bueno regular

4. ¿Se le dificulta ubicar las diferentes oficinas y unidades dentro de la municipalidad?

SI NO

5. ¿Conoce el horario de atención de la municipalidad?

SI NO

6. ¿Conoce el número de teléfono de la municipalidad?

SI NO

7. ¿Por qué medio se informó de los servicios que presta la municipalidad?

- Televisión por cable
- Radio
- Prensa
- Redes Sociales
- Página Web
- Otros: _____

8. ¿Cuál medio considera usted que es el más adecuado para informarse?

- Televisión
- Radio
- Prensa
- Redes Sociales
- Página Web
- Otros: _____

9. ¿Considera usted que la Municipalidad debe dar a conocer sus funciones en algún medio de comunicación?

SI **NO**

10. ¿Sabía usted que la municipalidad tiene un canal municipal?

SI **NO**

11. ¿Con qué frecuencia ve el canal municipal?

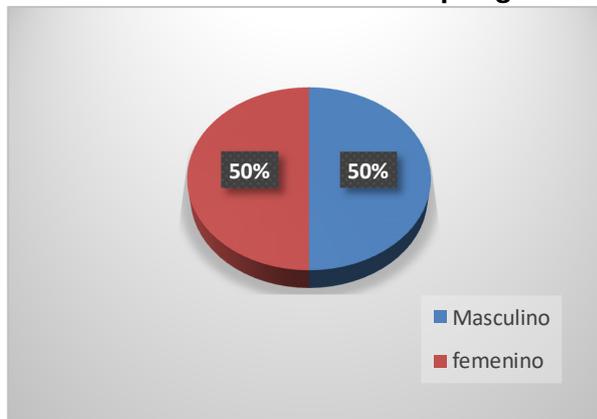
Siempre **Algunas veces** **Nunca**

12. ¿Se ha informado por medio del canal municipal de los servicios y funciones de la municipalidad?

SI **NO**

Anexo D_ Análisis estadístico

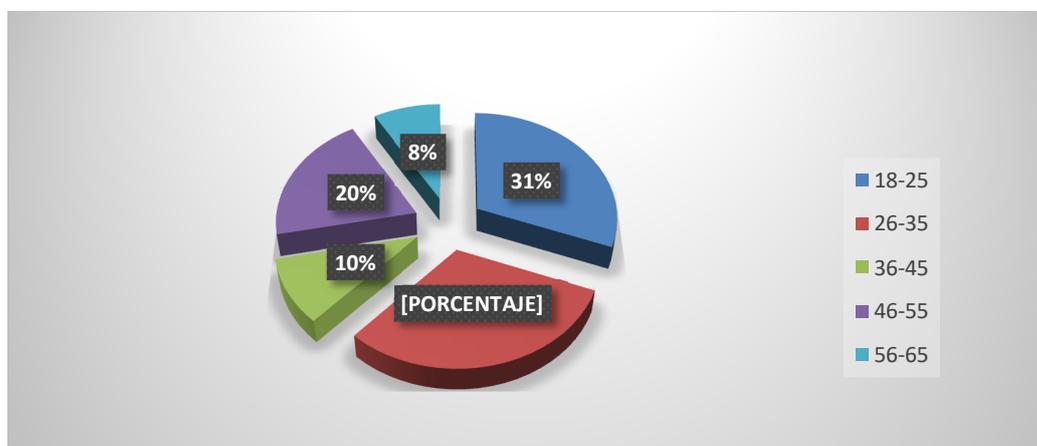
Gráfica 1 División de la muestra por género



Fuente: Elaboración Propia

Dentro del municipio de San Antonio, Suchitepéquez se realizaron 382 encuestas las cuales se dividieron equitativamente para obtener una opinión pareja y estable de ambos géneros; por lo tanto se obtuvieron 50% de hombres y mujeres.

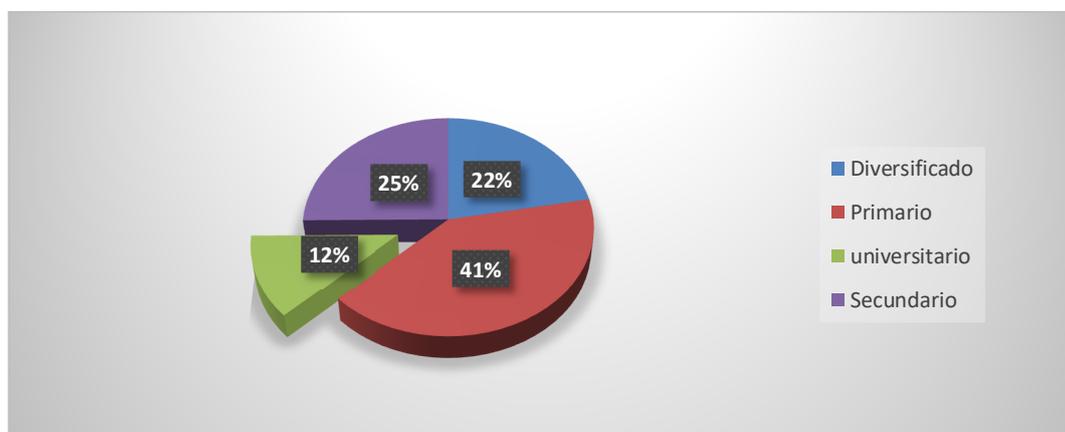
Gráfica 2 División de la muestra por edades



Fuente: Elaboración Propia

El 61% de la población encuestada se encuentra en un promedio de 18 a 35 años de edad, son los grupos a quien se enfoca la información debido a que en la actualidad dentro de ese rango las personas no tienen el hábito de pagar arbitrios; mientras que el 39% son personas dentro de los 36 a los 65, por lo tanto tienen inculcada las ideas culturales de una generación que reconoce aun la importancia y manejo de los servicios municipales.

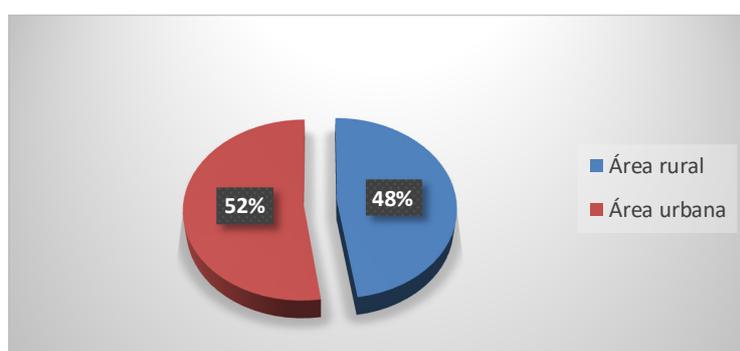
Gráfica 3 División de la muestra según nivel educativo



Fuente: Elaboración Propia

Los resultados demuestran que el 41% de las personas solo llegan a obtener los estudios primarios, se tomaron en cuenta que las encuestas fueron divididas por partes iguales en el casco urbano y las áreas rurales del municipio, sin embargo pese a esta división el nivel bajo de escolaridad continuo marcando un alto porcentaje; mientras que en conjuntos el nivel secundario y diversificado hace un total de 47 % dejando a un número menor de 12 % en estudios universitarios.

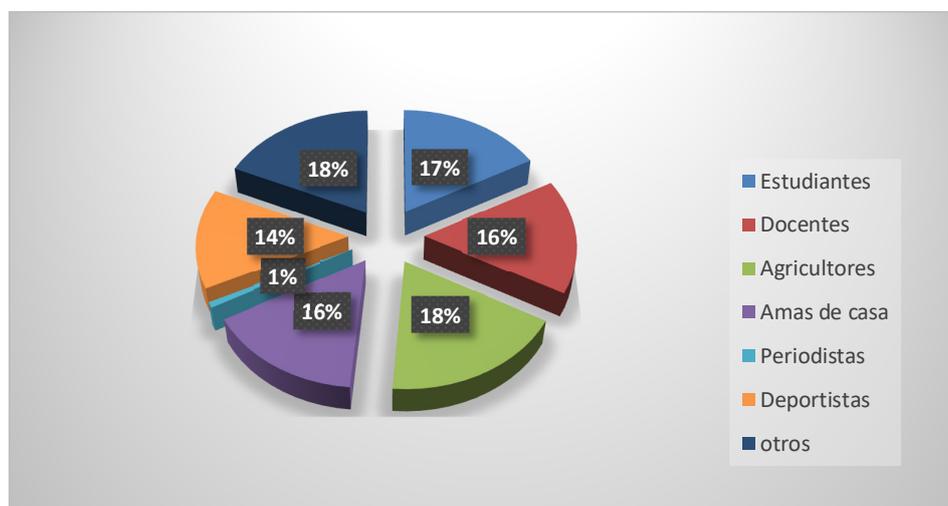
Gráfica 4 Residencia de los entrevistados



Fuente: Elaboración Propia

Dentro de los parámetros del área geográfica un 2% es la diferencia de porcentaje entre ambas variables; en el casco urbano la encuesta dio un resultado de 52% debido a que es más transitada, y el área rural un 48% de respuestas.

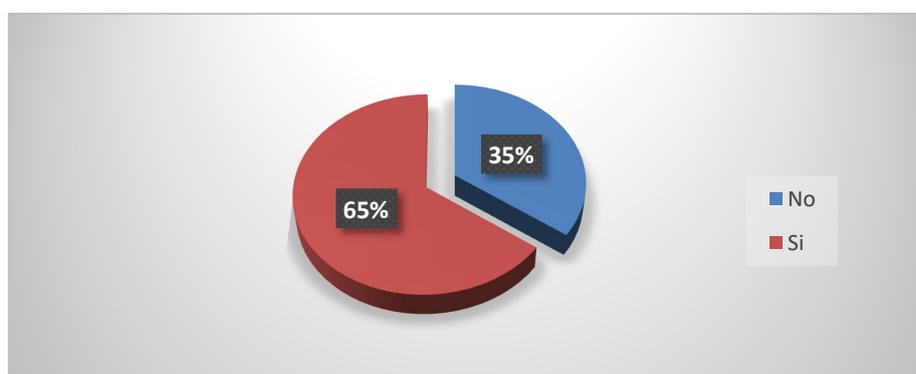
Gráfica 5 Profesión u oficio de los ecuestados



Fuente: Elaboración Propia

El porcentaje más alto es de 18 % donde dos variables obtuvieron el mismo resultado, agricultores y otros, con un total de 36 %, dejando un total de 32% a docentes y ama de casa, los estudiantes con un 17 % y 14% deportistas; el porcentaje más bajo fue el de estudiantes universitarios con tan solo el 1%.

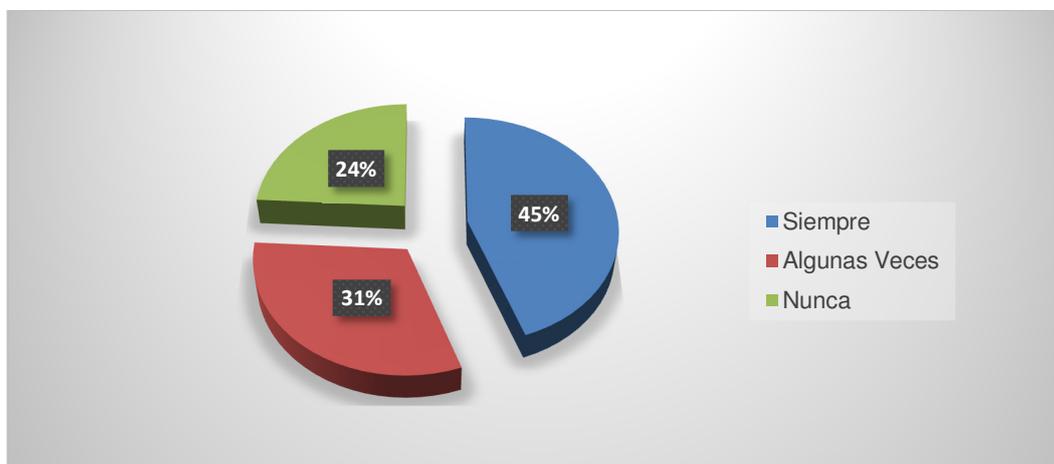
Gráfica 6 ¿Conoce usted que servicios presta la Municipalidad?



Fuente: Elaboración Propia

La primera pregunta cerrada donde se presentan dos opciones el 65% respondió que si conoce los servicios que presta la municipalidad de San Antonio Suchitepéquez, sin embargo aún el 35% no conoce estos servicios.

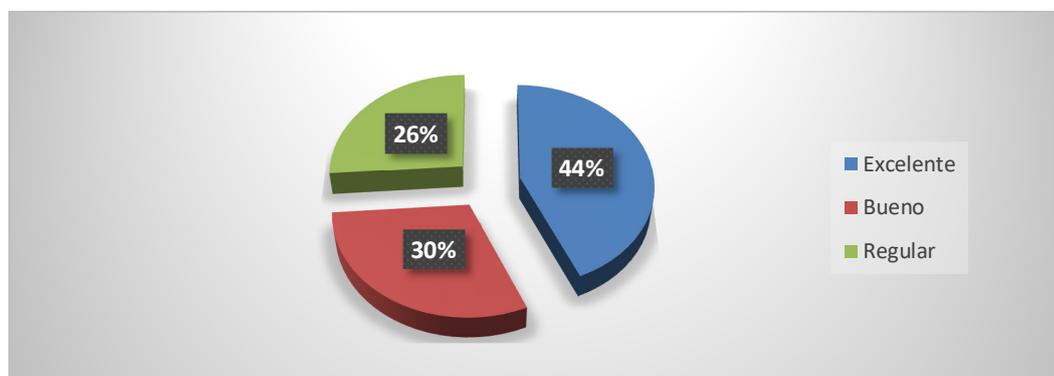
Gráfica 7 ¿Con qué frecuencia utiliza los servicios de la Municipalidad?



Fuente: Elaboración Propia

En esta pregunta se presentaron tres opciones de las cuales el 45% afirmó utilizar los servicios de la municipalidad con la variable siempre, mientras que el 31% dijo utilizarlos algunas veces, por lo tanto solo el 24% de la muestra de la población no utiliza los servicios municipales.

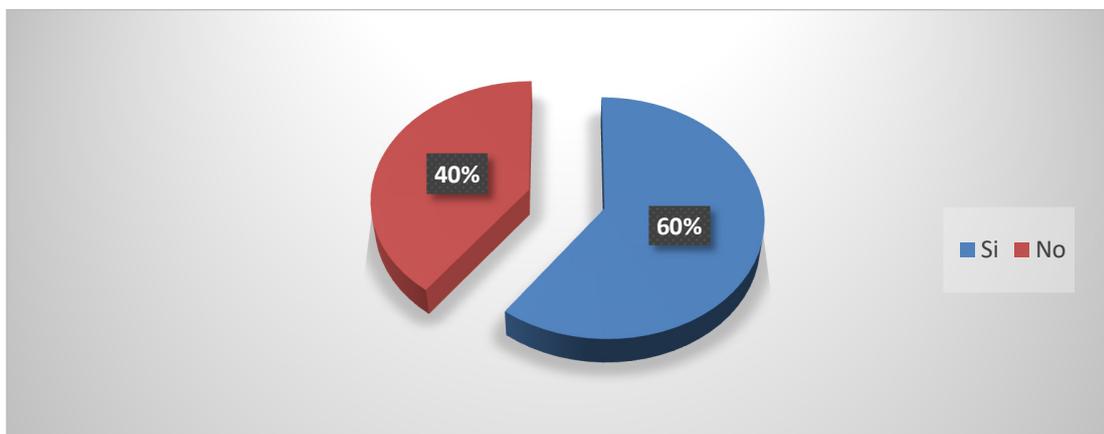
Gráfica 8 ¿Cómo califica la atencios que el personal de la Municipalidad le brinda?



Fuente: Elaboración Propia

Para conocer la calidad de comunicación y atención del personal en cuanto al servicio a la comunidad se planteó la pregunta con tres opciones de las cuales el ciudadano calificó con un 44% excelente atención, 30% buena y 26% regular; por lo cual aún es necesario mejorar la eficiencia de comunicación de atención debido a que el porcentaje mayor no sobrepasa el 50%.

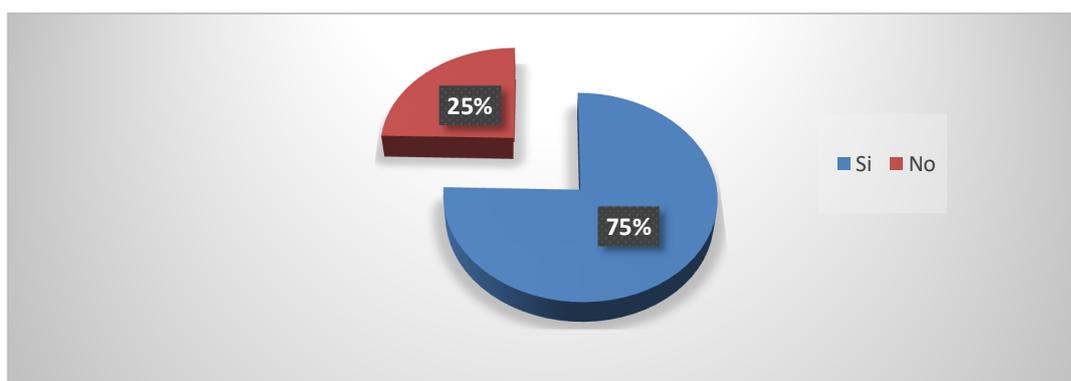
Gráfica 9 ¿Se le dificulta localizar las diferentes oficinas y unidades dentro de la Municipalidad?



Fuente: Elaboración Propia

Dentro de la imagen institucional es muy importante resaltar que el 60% respondió que tienen dificultad al buscar la oficina apropiada para el servicio que solicitan, y dentro de la observación el ciudadano siempre debe recurrir a los guardias de seguridad para ubicar las oficinas, esto es debido a que no existe un directorio de oficinas que guíe al ciudadano; el 40% respondió que si encuentran con facilidad las oficinas y unidades dentro de la municipalidad, pero ello es debido a que las usan con frecuencia.

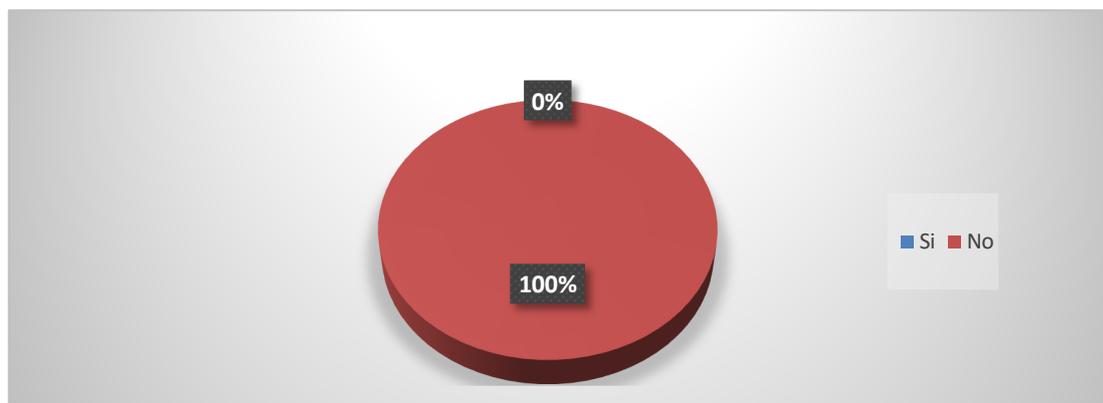
Gráfica 10 ¿Conoce el horario de atención de la Municipalidad?



Fuente: Elaboración Propia

Es importante saber si las personas conocen datos básicos de la institución como el horario; a lo cual las personas respondieron con un 75 % que si conocen el horario de atención, mientras que el 25 % respondió que no conoce el horario de atención.

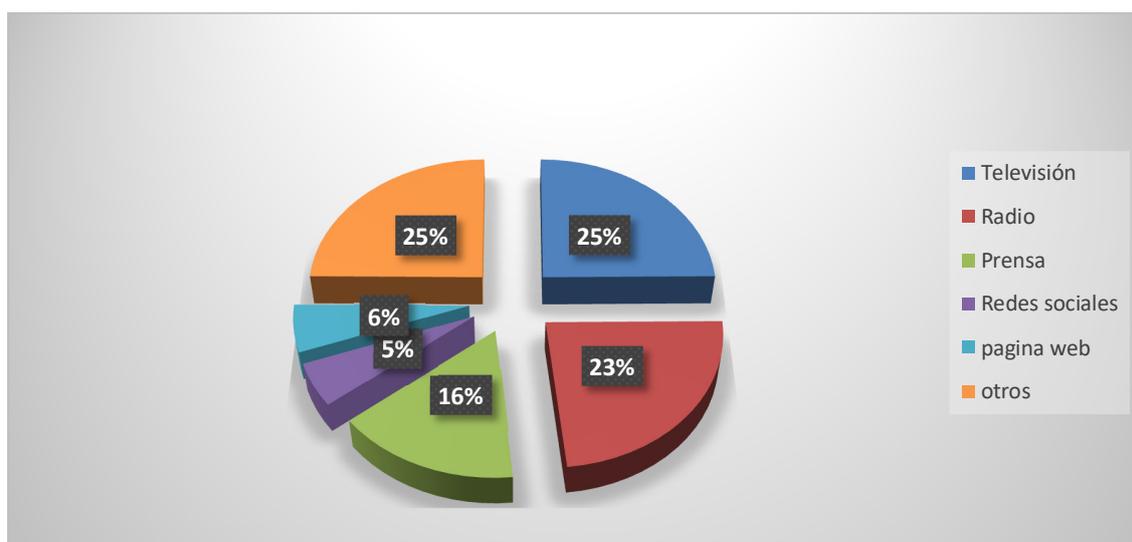
Gráfica 11 ¿Conoce el número de teléfono de la Municipalidad?



Fuente: Elaboración Propia

De las personas encuestadas el 10% estuvo en común acuerdo en que no conocen el número de teléfono de la municipalidad para comunicarse.

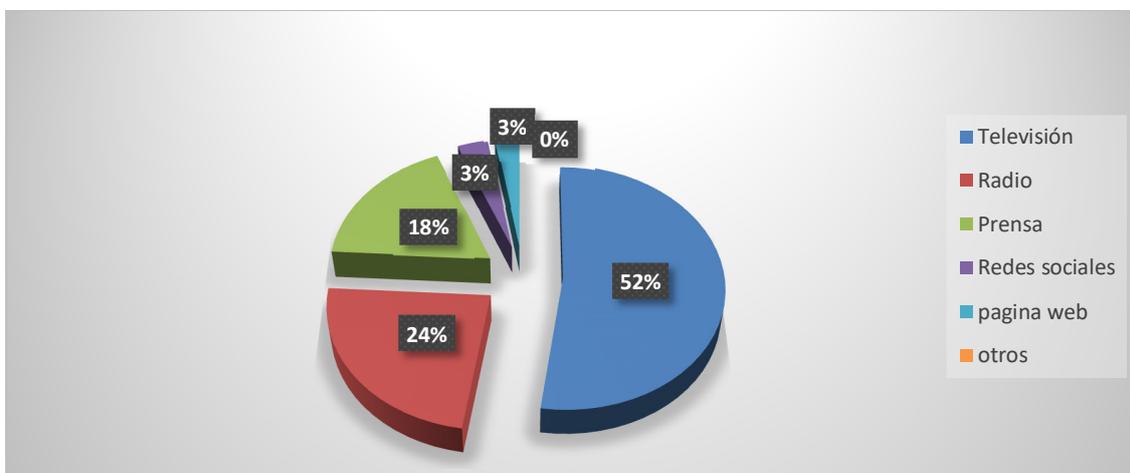
Gráfica 12 ¿Por qué medio se informó de los servicios que presta la Municipalidad?



Fuente: Elaboración Propia

Es importante resaltar que las personas se informaron por medio de la radio, debido a que hace 8 años se contaba con una radio municipal que llegaba a las comunidades por ello el porcentaje es de 23% con una mínima diferencia al de televisión que es un 25% y la opción de otros; dejando a los avances tecnológicos con un 12% y la prensa con el 15%.

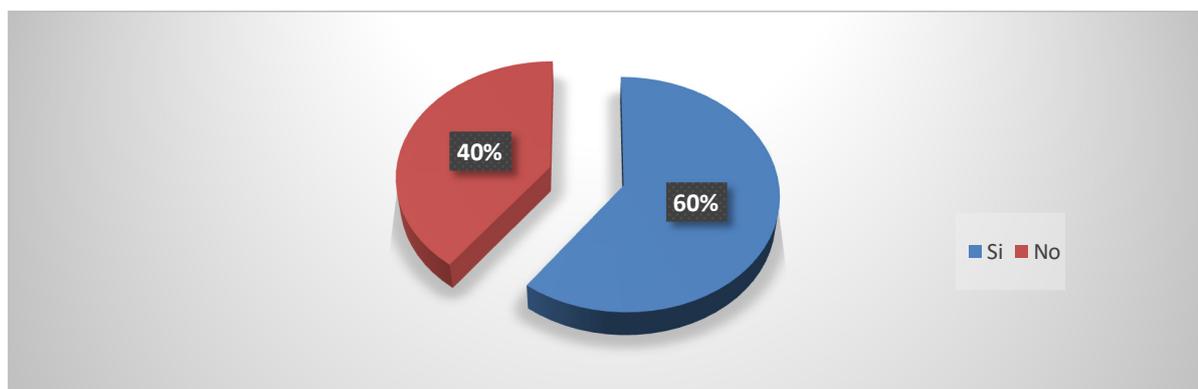
Gráfica 13 ¿Cuál medio considera usted que es el más adecuado para informarse?



Fuente: Elaboración Propia

Con un 52% los ciudadanos consideran la televisión como el mejor medio para ser informados y en segundo plano la radio con un 24%, por lo tanto se deben utilizar de mejor forma para obtener mayor acercamiento de la población a la institución ya que es el 76% de la muestra de la población.

Gráfica 14 ¿Considera usted que la Municipalidad debe dar a conocer sus funciones por alguno de los medios mencionados?



Fuente: Elaboración Propia

El 60% respondió que es importante que la Municipalidad de a conocer sus funciones por alguno de los medios mencionados anteriormente, y como observamos la televisión marcó el mayor porcentaje, lo cual es de beneficio debido a que la Municipalidad de San Antonio cuenta con un canal de televisión.

Gráfica 15 ¿Sabía usted que la Municipalidad tiene un canal de televisión?



Fuente: Elaboración Propia

El 54% dijo que si conoce el canal de televisión de la Municipalidad; por lo tanto se valida el uso de este medio para lograr mayor acercamiento a la institución y así lograr que el 46% que respondió que no conocía el canal Municipal puedan conocerlo.

Gráfica 16 ¿Con qué frecuencia ve el canal Municipal?



Fuente: Elaboración Propia

El 48 % respondió que siempre ven el canal municipal, dejando el 28% de las personas con algunas veces y solo el 24% de las personas respondió que nunca ven el canal de televisión de la Municipalidad.

Anexo E_Cronograma de creación y ejecución de proyecto

Marzo		Diagnostico			
No.	Actividad	2 a 6	9 a 13	16 a 20	23 a 31
1	Presentación en el lugar de práctica.	X			
2	Colaboración en la planificación del día de la Mujer.	X			
3	Búsqueda del enfoque del diagnóstico.	X			
4	Trabajo en Croquis Municipal.	X			
5	Organigrama, Ubicación Geográfica.		X		
6	Entrevista con Arquitecto Elvis Cardona y Wendy Maltez de OMM; alianzas y proyectos institucionales.		X		
7	Información de Dependencias.		X		
8	• Investigación de población INE.		X		
9	FODA			X	
10	Cotizaciones			X	
11	Revisión del organigrama			X	
12	Reseña Histórica			X	
13	Área Geográfica Estructura de Entrevista, encuestas y Grupos focales.				X
14	Entrevista con el director del Canal de Televisión Víctor Barreno.				X
15	Realización de Grupo Focal.				X
16	Encuestas				X
17	Árbol del problema.				X

Abril		Planificación			
No.	Actividad	1 a 3	6 a 10	13 a 17	20 a 30
1	Redacción y corrección de misiones y visiones de dependencias.	X			
2	Técnica de observación.	X			
3	Documentación.	X			
4	Técnicas de recolección.	X			
5	Estrategia del proyecto.		X		
6	Visita de comunidades.		X		
7	Objetivos.		X		
8	Planificación de Estudio Socioeconómico.			X	
9	Visita a sector Tuhual y fotografías.			X	
10	Ingreso estudio socioeconómico, Ixcol, Triunfo, Margaritas del rosario, la Esmeralda, Ixtos, Sector Shell.			X	
11	Estudio Socioeconómico, villa Carolina, Sector Tuhual, Sector Lapoyeu, Santa Rita Sector Cojulum.			X	
12	Cotización de Pagina web.				X
13	Estudio socioeconómico a 60 personas en el salón municipal.				X
14	Organización de fotografías para la creación de carpetas de archivo.				X

Mayo		Planificación			
No.	Actividad	1 a 8	11 a 15	18 a 22	25 a 29
1	Cotizaciones de la celebración día de la Madre.	X	Actividad de apoyo a la Municipalidad.		
2	Cotización de bolsas ecológicas para la actividad.	X			
3	Adornos del día de la madre. Decoración del Salón Municipal.	X	Actividad de proyección de apoyo a la Municipalidad.		
4	Celebración del día de la Madre Dirección de juegos.	X			
5	Cotización de visera de TUNEVISION.	X			
6	Entrega de redacción y modificación de misiones y visiones.	X			
7	Modificación de plan estratégico.		X		
8	Correcciones del E.P.S.		X		
9	Índice Presupuestos Recursos Humanos Actividades operativas de estrategia		X		

Junio		Ejecución			
No.	Actividad	1 a 5	8 a 12	15 a 19	22 a 30
1	Modificaciones de Informe de ejecución	X			
2	Correcciones de E.P.S	X			
3	Modificación de proyectos para su ejecución.	X			
4	Entrega de Abono a COCODES 1,500 personas.	X	Actividad de proyección de apoyo a la Municipalidad.		
5	Entrega de Abono a Grupos de mujeres lideresas.	X			
6	Presentación de Proyecto.		X		
7	Conteo De ticket para refacción de actividades de pre feria.		X	Actividad de apoyo a la Municipalidad.	
8	Corrección de carpetas de estudio socioeconómico			X	
9	Digitalización de actividades de EPS.			X	
10	Taller de panadería en comunidades.	Actividad de proyección de apoyo.		X	
11	Trabajo en plan estratégico de Oficina de Comunicación Social.				X
12	Organización y limpieza del canal de televisión.				X
13	Ingreso de listado de personas para entrega de víveres. 400 PERSONAS.		Actividad de apoyo a la Municipalidad.		X
14	Ingreso de listado de personas para herramientas.				X
15	Redacción de fase de ejecución.				X

Julio					
No.	Actividad	1 a 10	13 a 17	20 a 24	27 a 31
1	Creación de listado y entrega de Víveres.	X	Actividad de apoyo a la Municipalidad.		
2	Creación de listado de entrega de Maíz.	X			
3	Redacción de descripción de Ejecución.		X		
4	Planificación y coordinación de Taller interactivo de comunicación efectiva.		X		
5	Diseño de la imagen de página web.		X		
6	Identificación del Canal de Televisión.		X		
7	Acrílicos de Misiones y Visiones.			X	
8	Entrega de cartelera informativa			X	
9	Trifoliar informativos			X	

Anexo F_Fotografías

Figura 2: entrega de chalecos de identificación para Canal de Television Municipal



Entrega de chaleco de identificación con el logotipo del canal de televisión municipal TUNEVISION 12 y el de la Municipalidad al encargado del medio de comunicación Víctor Barreno.

Figura 3: Entrega de chalecos a encargada de Oficina Municipal de la Mujer



Entrega de chaleco de identificación a la encargada de la Oficina Municipal de la Mujer Licda. Wendy Maltez.

Figura 4: Fotografía de presentación de propuesta de plan estratégico.



Presentación de la propuesta del plan estratégico de la Oficina de Comunicación Social al Alcalde Municipal Profesor Alfredo García Sánchez.

Figura 5: Entrega de acrílicos a oficinas de la Municipalidad.



Entrega de acrílicos de izquierda a derecha. Profesor Alfredo Sánchez Alcalde Municipal, Víctor Barreno director del canal de televisión Municipal, Wendy Maltéz encargada de Oficina Municipal de la Mujer.

Figura 6: Fotografía de taller interactivo con jefes de oficinas Municipales.



Grupo de jefes de oficinas Municipales que participaron en el taller interactivo de comunicación efectiva, la cual se llevó a cabo en las instalaciones de la Iglesia de Jesucristo de los Santos de los Últimos días debido a las amplias instalaciones.

Figura 7: Entrega de identificación de Canal de Television Municipal.



Entrega de manta con diseño nuevo del logotipo para identificación del canal de televisión Municipal TUNEVISION 12.

Figura 8: Fotografía de capacitación a personal de Municipalidad sobre Comunicación Efectiva.



Capacitación del personal Municipal en Comunicación e Imagen Institucional, dentro del salón azul de la municipalidad de San Antonio Suchitepéquez

Anexo G_Diseño de Trifoliar Informativo

Figura 9: Diseño de Trifoliar informativo parte frontal



Figura 10: Diseño de trifoliar informativo parte interna.

VISION

Ser una municipalidad líder a nivel nacional, aplicando metodologías administrativas y financieras innovadoras, lo que dará como resultado el uso transparente de los bienes y recursos económicos del municipio teniendo como valores la responsabilidad, honestidad y honradez, de esta manera responder a las necesidades culturales, sociales, educativas, salud e infraestructura que la sociedad plantea; sin discriminación de raza, credo, posición económica, género e ideología.

MISION

Somos una municipalidad con ambiente agradable, personal eficiente, eficaz y con buenas relaciones humanas que brinda un buen servicio a la población, con el propósito de satisfacer las necesidades que la población demanda y como lo establece la Constitución Política de la República de Guatemala y el Código Municipal. Aplicando procesos de participación

comunitaria con equidad de género, priorización de necesidades sociales, procesos administrativos y financieros innovadores con base al sistema de valores morales, éticos, cívicos, sociales y ejecución de programas de prevención y mitigación que permitan mejorar la calidad de vida de los habitantes del municipio

Valores de la Municipalidad:

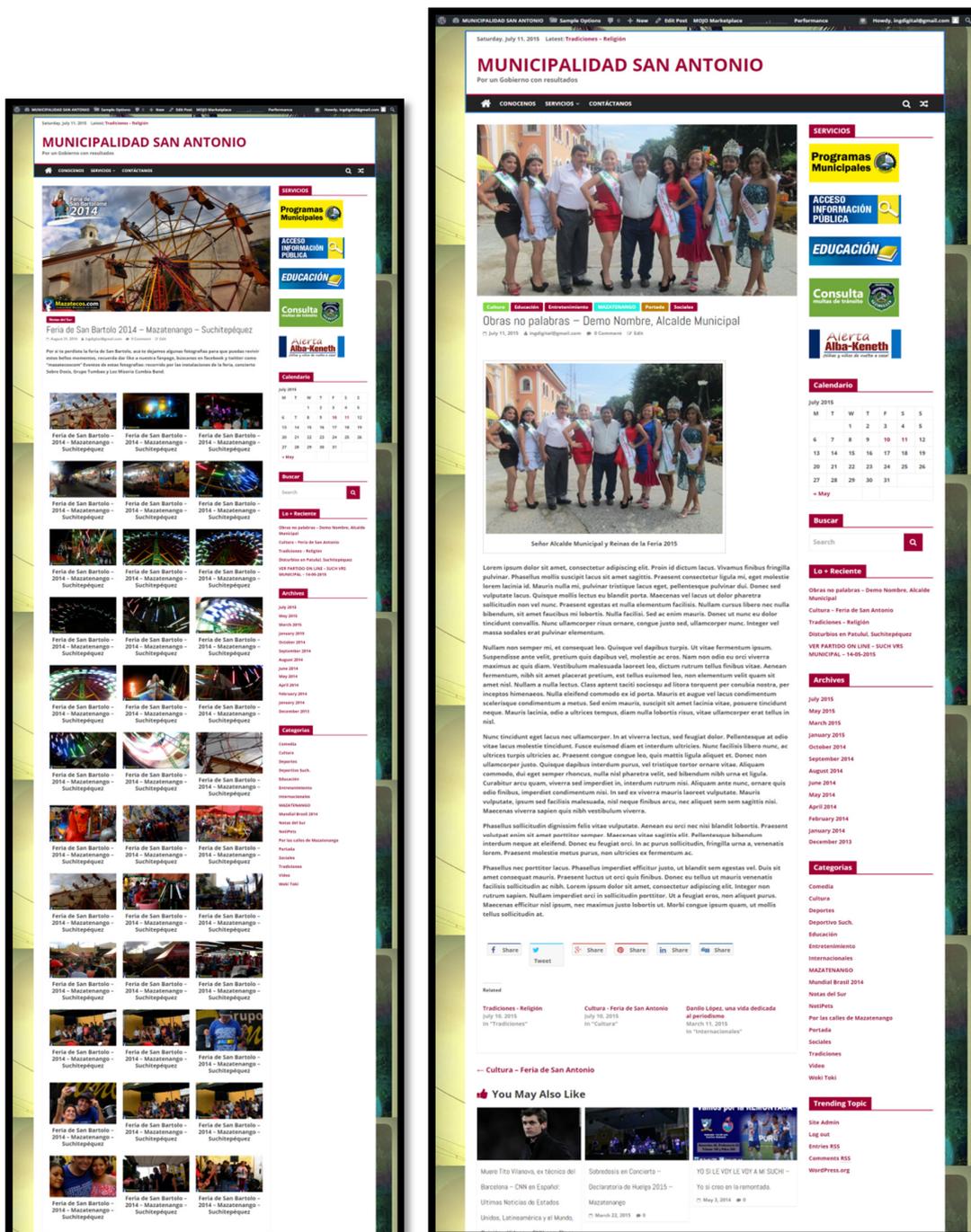
- ✓ **Eficiencia:** Proporcionar los servicios municipales con calidad.
- ✓ **Participación ciudadana:** Lograr la participación de todos los sectores de la población en la priorización de sus necesidades y demandas para contribuir con su desarrollo.
- ✓ **Solidaridad:** Identificarse con la población para contribuir a mejorar su calidad de vida.
- ✓ **Equidad:** Brindar la atención y servicios básicos sin distinción de ninguna índole.

- ✓ **Compromiso:** En atender las necesidades sentidas y prioritarias de la población para lograr un desarrollo integral.
- ✓ **Honestidad:** Realizar un manejo adecuado de los recursos municipales con transparencia.
- ✓ **Responsabilidad:** En el manejo adecuado de los recursos municipales para lograr atender las necesidades sentidas de la población.
- ✓ **Transparencia:** la obligación de los sujetos obligados de hacer del conocimiento público la información derivada de su actuación, en ejercicio de sus atribuciones. La sociedad, de tal forma que los ciudadanos estén informados y conozcan las responsabilidades.
- ✓ **Honradez:** Se refiere a la cualidad como actúa, el Concejo Municipal y sus empleados públicos en el desempeño de sus funciones.

REPORT

Anexo H_Bosquejo de página Web

Figura 11: Bosquejo de propuesta de pagina web



Diseño de la página web que se utilizó durante 30 días para dejarlo como plan piloto para la futura implementación permanente dentro de la Municipalidad de San Antonio, Suchitepéquez.

Anexo I_Plan estratégico para apertura de Oficina de Comunicación Social



Plan estratégico Para la Apertura de la oficina de Comunicación Social.



Documento Creado por la Epesista de la carrera de Ciencias
de la Comunicación de la universidad de San Carlos
CUNSUROC

Yancy Nataly Gramajo Rodríguez

*"Plan estratégico para la apertura de la Oficina de Comunicación
Social"*

San Antonio, Suchitepéquez Mayo de 2015



Índice

Índice	Página
1. Presentación del documento	1
2. Tema.....	2
3. Concepción del Rol Institucional.....	2
4. FODA.....	3
5. Factores de Éxito.....	4
6. Funciones de la Oficina de Comunicación Social.....	4
7. Perfil del Personal.....	4
8. División y funciones del personal	5
9. Organigrama.....	6
10. Líneas Estratégicas.....	6



1. Presentación

El Plan estratégico que se presenta a continuación se encuentra enfocado en la parte filosófica de una institución; la cual servirá de herramienta para facilitar la apertura de la Oficina de Comunicación Social en la Municipalidad de San Antonio, Suchitepéquez.

También es importante destacar la relevancia de dicho documento para el fortalecimiento de los procesos de comunicación interna que permitan generar interacción y fluidez en la información corporativa para lograr procesos de pertenencia, identidad y dinamismo en la actividad diaria de los servidores de la entidad hacia el público.

Este plan estratégico busca dar a conocer los fundamentos mediante los cuales, en materia de comunicación, la Municipalidad buscare materializar con el objetivo de mejorar la comunicación e imagen interna y externa de la institución.



2. Tema

¿Qué es una Oficina de Comunicación Social?

Es la encargada de difundir los servicios, actividades y programas relacionados con la institución a la que sirve, siempre en beneficio de la comunidad, además promueve la imagen positiva de la entidad. Por ello debe mantener una constante relación con diferentes medios de comunicación (Televisión, Radio y prensa escrita), así mismo es la encargada del manejo y actualización de las redes sociales o cualquier otro medio alternativo de comunicación e información para el ciudadano.

3. Concepción del Rol Institucional

Misión

Nuestra misión es facilitar los servicios, contribuyendo con la mejora de la competitividad de la Municipalidad de San Antonio, a través de la estrategia comunicacional, siendo competentes para desempeñar actividades que mejoren continuamente e innoven la calidad de servicio; consiguiendo en todo momento la satisfacción institucional y del ciudadano.

Visión

Ser reconocidos como la Primera Oficina de Comunicación Social en la Municipalidad de San Antonio, Suchitepéquez que Enriquezca y desarrolle cultura Municipal; al transformar y mejorar la calidad de vida del trabajador buscando siempre la innovación tecnológica que beneficie el servicio al ciudadano Tuneco.

Valores

- **Valores pragmáticos:**
 - ✓ Calidad.
 - ✓ Eficiencia.
 - ✓ Participación.
- **Valores éticos:**
 - ✓ Compromiso Social.
 - ✓ Transparencia.
 - ✓ Coherencia.
- **Valores de Desarrollo:**
 - ✓ Proactividad: acción no reacción.
 - ✓ Creatividad e innovación todos los días.
 - ✓ Optimismo: no al no, siempre positivos.



Objetivos:

General

- ✓ Fortalecer la imagen institucional de la municipalidad de San Antoni Suchitepéquez.

Específicos:

- Mantener los niveles de comunicación eficientes entre el trabajador y el ciudadano.
- Lograr una mayor aceptación y relación con los medios de comunicación externos.
- Mejorar el manejo del medio televisivo Municipal.

4. FODA

<p style="text-align: center;">Fortalezas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cuenta con el espacio para apertura de la oficina. • Existe interés por el personal de la Municipalidad. • Poseen un canal de Televisión Municipal. 	<p style="text-align: center;">Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Relación con los medios de comunicación. • Cobertura fuera del municipio.
<p style="text-align: center;">Debilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • No cuenta con personal apto para la apertura de la oficina de OCS. • Desconocimiento de la población sobre las funciones de la oficina. 	<p style="text-align: center;">Amenazas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Desconocimiento del manejo de la oficina. • Mal manejo de la información. • El manejo de promoción para dar a conocer una nueva oficina Municipal.



5. Factores de Éxito

1. Capacitación.
2. organización interna.
3. Evolución Continua.
4. Comunicación.

6. Funciones de la Oficina de Comunicación Social

- Proyectar una adecuada imagen institucional del sector Municipal hacia la comunidad y mantenerla informada sobre las políticas, acciones y servicios que ofrece.
- Preparar conferencias y notas de prensa, asegurando la presencia de los medios de comunicación.
- Coordinar permanentemente los medios de comunicación.
- Brindar servicios de publicaciones en la cartelera informativa, radio, revistas y diarios, especialmente en el canal de televisión Municipal.

7. Perfil del personal¹

- ✓ Habilidad para comunicar y generar contenidos de diversos contextos.
- ✓ Diseño de campañas de comunicación y publicidad en los diferentes medios de comunicación tradicionales².
- ✓ Habilidad para conducción televisiva, locución; redacción de medios escritos.
- ✓ Conocimiento de la actividad pluricultural y multilingüe guatemalteca.

¹ Universidad Rafael Landívar (2015). Humanidades: Departamento de ciencias de la Comunicación. Recuperado <http://www.urledu.gt> (18 Mayo).

² Universidad De Vindí Guatemala (2015). Licenciatura en ciencias de comunicación: mercado y perfil laboral. Recuperado <http://www.udv.edu.gt> (18 Mayo).



8. División y Funciones del personal³

Director:

- ✓ Planificar, dirigir, coordinar y supervisar las acciones de las relaciones públicas, comunicación social e imagen institucional.
- ✓ Elaborar y proponer programas de comunicación y difusión tendentes a mejorar la imagen institucional.
- ✓ Brindar asesoría y apoyo técnico a las dependencias, en asuntos de competencia, así como difundir la realización de eventos.

Relacionista Público:

- ✓ Coordinar las actividades de información, divulgación y comunicación de las relaciones internas y externas.
- ✓ Promover e implementar el intercambio de información con dependencias.
- ✓ Organizar campañas oficiales de difusión.
- ✓ Informar y difundir sobre las actividades de la institución, a través de los diferentes medios de comunicación previamente autorizados.
- ✓ Preparar ediciones, periódico mural, boletín interno y otros medios de difusión institucional.

Periodista:

- ✓ Prestar apoyo especializado en fotografía en Actividades y/o ceremonias oficiales.
- ✓ Trabajar trabajo de filmación variado.
- ✓ Velar por el adecuado uso del equipo, del material fotográfico y fílmico a su cargo, solicitando su oportuno mantenimiento y/o suministro.
- ✓ Prestar apoyo en labores de comunicación social, relaciones públicas y protocolo.

Técnico administrativo:

- ✓ Recopilar y consolidar información variada relacionada con las actividades de la oficina, así como administrar el archivo técnico.
- ✓ Elaborar y proponer normas y procedimientos técnicos sobre comunicación social y relaciones públicas.
- ✓ Participar y apoyar en la realización de eventos de carácter institucional.
- ✓ Elaborar informes, cuadros relacionados al área.
- ✓ Controlar salida y devolución de documentos.

³ Rivers, V. (2003). Tesis: Funciones del Comunicador social en una Organización Estatal. (pp.39-44) Perú, Lima.



- ✓ Participar en depuración preliminar de fondos documentales.
- ✓ Coordinar y verificar la limpieza y conservación de fondos documentales, ambientes, equipos y mobiliarios.

9. Diseño de Organigrama



10. Líneas Estratégicas

1. Línea de aprendizaje y crecimiento

Disponer de profesionales capacitados para llevar a cabo la misión de la Municipalidad.

- a) Mejorar la capacitación de las personas que trabajan y colaboran con la asociación.
- b) Mejorar la gestión de información externa e interna.

**2. Línea de perspectiva financiera:**

Mejorar la sostenibilidad económica consiguiendo nuevas alianzas y gestiones para lograr más eficiencia en los gastos.

3. Línea de perspectiva interna:

Mejorar la coordinación y comunicación para agilizar los proyectos que se requieran.

- a) Agilizar la toma de decisión.
- b) Mejorar la comunicación interna.

4. Línea del cliente:

Dar una atención personalizada y ágil a las personas que requieren el servicio de la Municipalidad.

- a) Mejorar la comunicación con las instituciones que se tienen alianzas y su participación en las actividades.
- b) Mejorar el tiempo de respuesta con los colaboradores y entidades que requieren servicios.

Figura 12: Actividad de proyección Municipal conmemoración del día de la Mujer



Planificación y logística de montaje del evento conmemoración del día de la Mujer por parte de la Oficina Municipal de la Mujer de la Municipalidad de San Antonio Suchitepéquez.

Figura 13: Actividad de Proyección Municipal día de la Madre



Montaje de escenario y logística del evento de celebración del día de la madre por parte de la Oficina Municipal de la Mujer de Municipalidad de San Antonio Suchitepéquez.



Mazatenango, 17 de noviembre de 2018

Licenciado
Heinrich Herman León
Coordinador
Carrera de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación
-CUNSUROC-
Mazatenango, Such
Presente

Apreciable Coordinador:

Por este medio en mi calidad de docente de las carreras de Periodista Profesional y Licenciatura en Ciencias de la Comunicación del plan fin de semana del CUNSUROC, y a lo establecido en el artículo 4 del "Normativo Especifico para la Ejecución del Trabajo de Graduación, de la Carrera de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación del Centro Universitario de Sur Occidente - CUNSUROC en cumplimiento de mis funciones como REVISOR DE TRABAJO DE GRADUACION elaborado por la estudiante Periodista Profesional Yancy Nataly Gramajo Rodríguez. Quien se identifica con el carné número 201041116 Considero que el mismo reúne los requisitos técnicos suficientes, en cuanto a: Calidad en su contenido, metodología, pertinencia de los resultados y redacción; por lo que, me permito omitir: DICTAMEN FAVORABLE, a fin de que continúe con el trámite respectivo.

Sin otro Particular me suscribo de usted,

Atentamente,

ID Y ENSEÑAD A TODOS

Lcda. Mirjam Elizabeth Sandoval Gramajo
REVISOR DE TRABAJO DE GRADUACIÓN

7-11-18



Mazatenango, 16 de febrero de 2019.

Ph. D.
Guillermo Vinicio Tello Cano
Director
Centro Universitario de Suroccidente
-CUNSUROC-
Mazatenango, Such
Presente

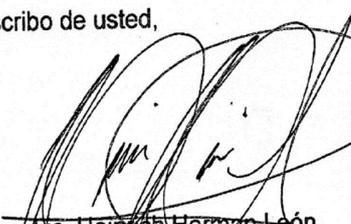
Respetable Director:

Basado en el dictamen favorable del REVISOR DE TRABAJO DE GRADUACIÓN, titulado **“Fortalecimiento de la comunicación interna y externa a través de la imagen institucional de la Municipalidad de San Antonio Suchitepéquez”**, elaborado por la estudiante Periodista Profesional Yancy Nataly Gramajo Rodríguez, carné 201041116, de la carrera de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación del plan fin de semana del CUNSUROC.

De conformidad con lo establecido en el artículo 5, del **“Normativo Específico para la Ejecución del trabajo de Graduación, de la Carrera de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación del Centro Universitario de Sur Occidente-CUNSUROC”**, se adjunta el trabajo de graduación completo, incluyendo una copia del dictamen respectivo, para su conocimiento, solicitándole el IMPRIMASE del mismo, para que pueda proseguir el trámite correspondiente para el Acto Público de Graduación, previo al obtener el título de Licenciada en Ciencias de la Comunicación.

Sin otro particular me suscribo de usted,

Atentamente,


Lic. Heinrich Herman León
Coordinador de las Carreras de Periodista Profesional
y Ciencias de la Comunicación
-CUNSUROC-



“ID Y ENSEÑAD A TODOS”



Mazatenango, 16 de febrero de 2019.

Ph. D.
Guillermo Vinicio Tello Cano
Director
Centro Universitario de Suroccidente
-CUNSUROC-
Mazatenango, Such
Presente

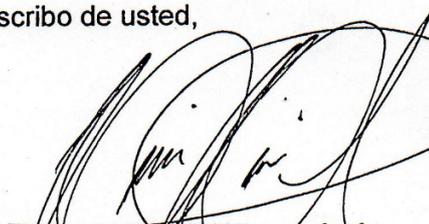
Respetable Director:

Basado en el dictamen favorable del REVISOR DE TRABAJO DE GRADUACIÓN, titulado **“Fortalecimiento de la comunicación interna y externa a través de la imagen institucional de la Municipalidad de San Antonio Suchitepéquez”**, elaborado por la estudiante Periodista Profesional Yancy Nataly Gramajo Rodríguez, carné **201041116**, de la carrera de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación del plan fin de semana del CUNSUROC.

De conformidad con lo establecido en el artículo 5, del **“Normativo Específico para la Ejecución del trabajo de Graduación, de la Carrera de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación del Centro Universitario de Sur Occidente-CUNSUROC”**, se adjunta el trabajo de graduación completo, incluyendo una copia del dictamen respectivo, para su conocimiento, solicitándole el IMPRIMASE del mismo, para que pueda proseguir el trámite correspondiente para el Acto Público de Graduación, previo al obtener el título de Licenciada en Ciencias de la Comunicación.

Sin otro particular me suscribo de usted,

Atentamente,




Lic. Heinrich Herman León
Coordinador de las Carreras de Periodista Profesional
y Ciencias de la Comunicación
-CUNSUROC-

“ID Y ENSEÑAR A TODOS”



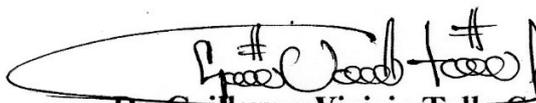
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
CENTRO UNIVERSITARIO DEL SUR OCCIDENTE
MAZATENANGO, SUCHITEPEQUEZ
DIRECCIÓN DEL CENTRO UNIVERSITARIO

CUNSUROC/USAC-I-01-2019

DIRECCIÓN DEL CENTRO UNIVERSITARIO DEL SUROCCIDENTE,
Mazatenango, Suchitepéquez, veintitrés de noviembre de dos mil diecisiete. _____

Encontrándose agregado al expediente el dictamen del Revisor de Carrera, SE AUTORIZA LA IMPRESIÓN DEL TRABAJO DE GRADUACIÓN: "FORTALECIMIENTO DE LA COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA A TRAVÉS DE LA IMAGEN INSTITUCIONAL DE LA MUNICIPALIDAD DE SAN ANTONIO, SUCHITEPÉQUEZ", de la estudiante: **Yancy Nataly Gramajo Rodríguez**, carné No. **201041116 CUI: 2119 49183 0101** de la carrera Licenciatura en Ciencias de la Comunicación.

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"


Dr. Guillermo Vinicio Tello Cano
Director



/gris