



FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

TÉCNICO EN RELACIONES PÚBLICAS



TEMA:

RELACIONES PÚBLICAS, UNA ESTRATEGIA EN LA PROYECCIÓN DE LA IDENTIDAD PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA MARCA DE LAS INSTITUCIONES PÚBLICAS DE EL SALVADOR PARA EL LOGRO DE UNA REPUTACIÓN Y CREDIBILIDAD DE LOS PÚBLICOS.

TRABAJO DE GRADUACIÓN PRESENTADO POR:

**SUSAN YAMILETH AQUINO MARTÍNEZ
MARTA EUGENIA CUÉLLAR OLMEDO**

PARA OPTAR AL GRADO DE:

TÉCNICO EN RELACIONES PÚBLICAS

FECHA DE GRADUACIÓN

SEPTIEMBRE, 2014

SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTROAMERICA.

PAGINA DE AUTORIDADES
ING. NELSON ZÁRATE SÁNCHEZ

RECTOR

LIC. JOSÉ MODESTO VENTURA

VICERRECTOR ACADEMICO

LICDA. ARELY VILLALTA DE PARADA

DECANO

JURADO EXAMINADOR

LIC. ALDO VALENTÍN MALDONADO ORTÍZ

PRESIDENTE

LICDA. PAOLA ALESSANDRA CAMILOT RODRIGUEZ

PRIMER VOCAL

LICDA. CLAUDIA LISSETH MORALES

SEGUNDO VOCAL

SEPTIEMBRE,2014

SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTROAMERICA



ACTA DE EXAMEN PROFESIONAL

HABIÉNDOSE REUNIDO EL JURADO CALIFICADOR INTEGRADO POR:

Lic. Aldo Valentín Maldonado Ortiz, Licda. Claudia Lisseth Morales, Licda. Paola Alessandra Camilot Rodriguez, a las 2:00p.m. del día Sábado, 28 de junio de dos mil catorce.

Y LUEGO DE HABER DELIBERADO SOBRE EL EXAMEN PROFESIONAL DE LOS ALUMNOS:

- | | |
|--|----------------------------|
| 1- <u>Marta Eugenia Cuellar Olmedo</u> | <u>Carnet 09-0471-2011</u> |
| 2- <u>Susan Yamileth Aquino Martínez</u> | <u>Carnet 09-1375-2010</u> |

QUIEN PRESENTÓ DEFENSA DE SU TRABAJO DE GRADUACION TITULADO:

"Relaciones Públicas una estrategia en la proyección de la identidad para el fortalecimiento de marca de las instituciones públicas de El Salvador para el logro de una buena reputación y credibilidad de los públicos"

PARA OPTAR AL GRADO DE:

TECNICO EN RELACIONES PUBLICAS

Y DEL CUAL TAMBIEN EVALUARON LOS CONOCIMIENTOS RELACIONADOS CON EL TEMA DEL MISMO,
POR LO QUE ESTE JURADO RESUELVE DECLARAR EL EXAMEN COMO:

Aprobado

YA QUE CUMPLE CON LOS REQUISITOS ESTABLECIDOS EN EL REGLAMENTO DE GRADUACION DE LA
UNIVERSIDAD.

San Salvador, 28 junio de 2014.

F.
PRIMER VOCAL

Licda. Paola Alessandra Camilot Rodriguez

F.
SEGUNDO VOCAL
Licda. Claudia Lisseth Morales

F.
PRESIDENTE DEL JURADO
Lic. Aldo Valentín Maldonado Ortiz



INDICE

Introducción	i
Capítulo I Planteamiento del Problema	
1.1 Formulación del Problema.....	1
1.2 Justificación.....	2
1.3 Enunciado.....	3
1.4 Delimitación del Problema.....	3
1.5 Sistema de Objetivos	3
1.6 Alcance de Investigación.....	4
1.7 Limitaciones.....	5
Capítulo II Marco Teórico	
2.1 Marco Histórico	6
2.1.1 Antecedentes de la Alcaldía de santa Tecla.....	6
2.2.1 Historia de las Relaciones Públicas.....	13
2.3 Marco Conceptual.....	15
2.3.1 ¿Qué son las relaciones públicas?.....	15
2.3.2 ¿Qué es una estrategia?	16
2.3.3 ¿Qué es identidad?	17
2.3.4 La Imagen.....	18
2.3.6 Reputación.....	19

Capítulo III Métodos de Investigación

3.1 Método.....	20
3.2 Técnica e Instrumentos de Investigación	20
3.2.1 La Entrevista.....	21
3.3 Instrumentos.....	22
3.4 Recolección de Información	23
3.5 Sujetos de Estudio.....	24
3.6 Presentación de Resultados	25
3.6.1 Entrevista 1 Licenciada Mercedes Alvarado.....	25
3.6.2 Entrevista 2 Líder de Sector Jóvenes.....	30
3.6.3 Entrevista 3 Líder de sector Salud	33
3.6.4 Facebook.....	35
3.7 Análisis de Nuestra Investigación	39

Capítulo IV Conclusiones y Recomendaciones

4.1 Conclusión.....	50
4.2 Recomendaciones.....	51
Referencias	52
Anexos.....	53

INTRODUCCIÓN

La investigación comienza sobre la importancia de las estrategias de Relaciones Públicas, comprender el fortalecimiento de imagen, el logro de su buena reputación y credibilidad que maneja la Alcaldía Municipal de Santa Tecla con su público externo. Luego se presenta el planteamiento del problema seguido de la justificación dándole un realce al trabajo con su aporte y beneficios que como Alcaldía realizan, así mismo el enunciado, delimitación del problema, objetivo general y objetivos específicos, concluyendo con las limitaciones de la investigación.

Las relaciones públicas son para aplicarlas en todo tipo de empresa tanto privada como entidad de gobierno, ejemplo de ello en este caso: la Alcaldía de Santa tecla es por eso que es de importancia tener sus antecedentes para resaltar su auge como institución antes de detectar la aplicación de las estrategias de relaciones públicas que implementan, por lo consiguiente se presenta como parte del marco histórico de esta investigación.

Seguidamente del maro histórico, se presenta el marco conceptual el cual contiene definiciones y conceptos utilizados en la temática que se presenta como un soporte dentro de ella.

Más adelante la investigación de campo no puede faltar siendo nuestra herramienta de verificación de datos dentro de nuestra temática por lo consiguiente el método que se utilizó el tipo de investigación y las técnicas e instrumentos de estudio son esenciales para dar a conocer datos reales sobre como llevaremos a cabo nuestra investigación.

De igual manera también se muestran los sujetos de estudio como herramienta básica dentro de la recolección de datos ya que es nuestro referente en nuestra investigación, seguidamente de la presentación de resultados con lo que damos a conocer en este caso, las entrevistas realizadas a líderes dentro y fuera de la Alcaldía Municipal de Santa tecla que nos permite la explicación de hallazgos encontrados o incluso que ellos mismos presentaron y de igual forma sellar nuestra investigación con su opinión en base a nuestro tema de cómo las Relaciones Publicas son una estrategia en la proyección de esta alcaldía para el fortalecimiento de la marca de las instituciones públicas de El Salvador para el logro de su buena reputación y credibilidad en este caso de nuestra investigación: el público externo.

Finalmente se presentan las conclusiones y recomendaciones que son el fruto de toda nuestra investigación así como la bibliografía consultada como elemento que nos sirvió dentro de ella y algunos anexos que se consideraron de vital importancia.

Capítulo I Planteamiento del Problema

1.1. Formulación del Problema

Las relaciones públicas con los años han ido evolucionando practicándose en ciertas empresas privadas y públicas con el objetivo de crear estrategias para que la empresa tenga una buena imagen, buena comunicación y credibilidad con sus públicos, obteniendo así buenos resultados económicos.

Las relaciones públicas han venido a renovar, organizar y realzar las áreas débiles de las empresas y fortalecer las áreas de mayor auge. La importancia de esta investigación es determinar si en la Alcaldía Municipal de Santa Tecla las estrategias de relaciones públicas han sido implementadas y si han sido fortalecidas como identidad dándoles una buena imagen y credibilidad en sus públicos.

Este tema es de mucha importancia ya que ayuda a mejorar y crecer no solo como imagen sino en aspectos como las buenas relaciones tanto nacionales como internacionales y las mejoras económicas.

Hablando de mejoras económicas se profundizó en los proyectos que han destacado al municipio de Santa Tecla por medio de la Alcaldía Municipal beneficiando a miles de tectleños.

1.2. Justificación

Este trabajo es muy importante por la demanda actual de las relaciones públicas y comunicaciones, como el buen desempeño de una buena imagen, credibilidad y reputación que la Alcaldía de Santa Tecla posee, teniendo como elemento importante el trato directo con su población.

Hoy en día existe una gran demanda en el rubro de Relaciones Públicas, en toda Institución en este caso la Alcaldía de Santa Tecla, cuando nos referimos a la imagen que ha causado gran impacto a nivel social, político e incluso económico al ser fortalecido con estrategias y proyectos, provocando una satisfacción y participación ciudadana logrando así grandes beneficios en el municipio.

El gobierno municipal de Santa Tecla, presidido por el Alcalde Carlos Palma impulsa desde varios años una serie de programas en beneficio de la niñez adolescencia, juventud, adultos mayores, mujeres, medio ambiente, turismo, cultura entre otros mediante la creación de actividades para su desarrollo.

Este trabajo permite observar que mediante proyectos empíricos, la Alcaldía demuestra una fuerte imagen siendo pionera en muchas ramas de desarrollo no solo en su municipio sino también siendo ejemplo o referente para otras instituciones en el país.

Este trabajo posee resultados reales cuyo conocimiento permitirá la mejoría en las empresas dando alternativas para una mejor comunicación, para fortalecer los vínculos no solo con sus públicos externos sino también internos, siendo clave para un mejor desarrollo.

1.3. Enunciado

¿Cómo ayudan las Relaciones Públicas a fortalecer la imagen y la credibilidad de los públicos externos de la Alcaldía de Santa Tecla?

1.4. Delimitación del Problema

La investigación se realizó específicamente en la Alcaldía Municipal de Santa Tecla en el Departamento de La Libertad, tomando en cuenta los públicos externos, los cuales son el sector de jóvenes y sector salud. La presente investigación se realizó de febrero a junio 13 de 2014.

1.5. Sistema de Objetivo

Objetivo general

Determinar como la proyección de las Relaciones Públicas ha fortalecido la imagen y credibilidad en su público externo.

Objetivos específicos

1. Verificar los resultados obtenidos de las estrategias de Relaciones Públicas que la Alcaldía Municipal de Santa Tecla está impulsando.
2. Identificar qué herramientas de Relaciones Publicas utiliza la Alcaldía Municipal de Santa Tecla.
3. Determinar cuál es la imagen que tiene la Alcaldía Municipal de Santa Tecla ante su público externo actualmente.

1.6. Alcance de Investigación

- 1 Con esta investigación se pretendió identificar las estrategias de relaciones públicas que la Alcaldía Municipal de Santa Tecla está implementando.
- 2 Conocer la gestión de comunicación realizada a nivel interno por la encargada del departamento de comunicaciones
- 3 Determinar la imagen que posee la alcaldía entre sus públicos sectores de Salud y jóvenes.

1.7. Limitaciones

- Poco apoyo de la alcaldía al brindar información de los contactos con los que se pensaba trabajar.
- No se concretó la participación con todos los sectores con los que se pensaba trabajar.
- La Alcaldía no tiene un plan de relaciones públicas y las manejan de una forma empírica, por ello no tienen un personal adecuado en esta área.

Capítulo II Marco Teórico

2.1. Marco Histórico

Cuando los habitantes de una región tienden a agruparse en un lugar determinado, dan origen a una población, luego surge una serie de problemas que exigen o demandan solución, como: mantener el orden público, trazar calles y plazas, cuidar de la higiene colectiva, etc. Para resolverlos, la comunidad elige sus propios gobernantes y se constituye así el ayuntamiento, que es la corporación compuesta de un alcalde y varios concejales para la administración de los intereses del municipio.

2.1.1. Antecedentes de la Alcaldía Municipal de San Tecla¹

Según el art. 1 el nombre oficial es “Ciudad de Santa Tecla” lugar que ocupa la cabecera del Departamento de La Libertad, fundamentada el 8 de Agosto de 1854 en el llano de la hacienda del mismo nombre con el cual se le conoce. Esta población se fundó a partir de la autorización conferida por el Decreto del Supremo poder Ejecutivo, encabezado por el Presidente José María San Martín en dicha fecha, a consecuencia de la ruina que sobrevino a la Ciudad de San Salvador, por el terremoto del 16 de abril del mismo año.

¹Información brindada por la Directora del Departamento de comunicaciones de la Alcaldía Municipal de Santa Tecla.

El 5 de febrero de 1855, el referido Decreto Ejecutivo fue ratificado en todas sus partes, decidiéndose además, que el asiento de la nueva capital del país, en el llano de la hacienda San Tecla, tendría el Nombre de “Nueva Ciudad de San Salvador”, no obstante el propósito de su edificación, esta “nueva ciudad” nunca fue el asiento de la capital de la República ya que mientras “la iniciativa san martiniana” se concretaba, lo Supremos poderes del Gobierno tuvieron que ceder en la vecina ciudad de Cojutepeque.

El 28 de junio de 1858 a cuatro días de iniciado su Gobierno transitorio, el General Gerardo Barrios, decreto el traslado del Gobierno de la república a la antigua ciudad de San Salvador, decisión que se ratificó por el decreto de las cámaras de Senadores y Diputados de 27 y 28 de enero de 1859 respectivamente al derogar en todas sus partes el decreto del 5 de febrero de 1855 y toda otra disposición que se oponga a la presente y establece que “La Antigua Ciudad de San Salvador” vuelve a ser como antes la Capital del Estado.

En una ocasión a celebrar el centésimo quincuagésimo aniversario de su fundación, es procedente oficializar el nombre que acoge el sentimiento popular y la idiosincrasia de sus habitantes y perpetúa las raíces autóctonas del lugar en que se asienta: confirmando que su nombre real y verdadero es el de “Santa Tecla”.

Santa Tecla es un municipio con mucha potencia en sus proyectos como comuna y por medio de ellos trabajan con la imagen y credibilidad para realizarlos a la hora de volverse todo un reto para ellos llevarlos a cabo a su totalidad es por ello que tienen programas en beneficio de todos los tecleños mediante la creación de actividades para su desarrollo.

Entre estos esfuerzos están los siguientes proyectos:

- **MEDIO AMBIENTE**

1. Limpieza de quebradas.
2. Pequeñas obras de mitigación.
3. Fumigación permanente.
4. Mapeos.
5. Riesgo sísmico.
6. Análisis de suelo ante vibraciones.
7. Educación ambiental a todos los ciudadanos.
8. Presupuesto para cada actividad.

- **PROYECTO DE TURISMO**

1. Paseo el Carmen

Con este proyecto los visitantes logran remontarse al pasado arquitectónico que caracterizó a esta antigua capital Salvadoreña donde podrá visitar numerosos restaurantes, bares, cafés y ventas localizadas a lo largo de la 1 calle poniente.

Ocasionalmente los fines de semana se hacen festivales a puertas abiertas donde las localidades ofrecen promociones especiales a los comensales. También se colocan muchas ventas de comida, bebida y productos artesanales a lo largo de la calle principal.

2. Palacio Tecleño

Este consta de 16 salones de diferente importancia entre ellos 2 accesos uno peatonal y uno para carruajes que eran tirados por caballos durante la época y un traspatio de los oficios de la casa.

Aquí se desarrollan eventos culturales.

3. Museo Tecleño

Para el final de la década de los 70's y principios de los 80's se convirtió en la primer cárcel política del país y fue clausurada en 1,983 en 1992 después que se firmaron los acuerdos de paz, paso hacer un salón de clases la Academia nacional de seguridad pública (ANSP). Para el 2001 el edificio quedó abandonado para los terremotos que sacudieron al país en los primeros meses del año y fue recuperado por la municipalidad en el 2006.

El origen del Museo de remonta al año 2000 con la formación de la Asociación Museo de la ciudad. Actualmente sus instalaciones brindan servicio de ciencia con el Centro interactivo de Aprendizaje de Ciencias en el país que ayuda a jóvenes de diversas instituciones.

- **Departamento de equidad de género Área de fortalecimiento institucional con equidad (denominada transversalización)**

Dar asesoría técnica, seguimiento, monitoreo y sistematización al proceso de transversalización de la perspectiva de género a nivel interno de la gestión:

Procesos de Planificación

1. Presupuesto Municipal
2. Normativas internas y externas
3. Procesos Administrativos
4. Clima Laboral
5. Procesos de formación en género al personal municipal

Área de participación ciudadana con equidad (denominada organización)

1. Dar asesoría técnica, seguimiento, monitoreo y sistematización al proceso de transversalización de la perspectiva de género a todas las estructuras de participación ciudadana con que cuenta la municipalidad:

2. Concejo Ciudadano de Desarrollo Local (CCDL)
3. Mesa Sectoriales
4. Asociaciones de Desarrollo Comunal (ADESCOS)
5. Comités de Mujeres
6. Procesos de formación en género al personal municipal

Casa Municipal de la Mujer Tecleña

Es la instancia que ejecuta acciones afirmativas que generan empoderamiento en las mujeres para la toma de decisiones, la construcción de una autoimagen y confianza positiva, que les permite la transformación de la condición de discriminación y subordinación que tienen en la sociedad a través de los diferentes programas que se desarrollan:

Programa de Emprendedurismo para Mujeres

1. Programa de Prevención de Violencia contra la Mujer

Estos son algunos de los sectores con los que trabaja la Alcaldía y ciertos proyectos que en estos se desarrollan.

En nuestra investigación se seleccionaron dos sectores de mucha importancia estos son: Salud y jóvenes

Jóvenes

- **SANTA TECLA DEPORTIVA**

Mediante el acceso a la actividad deportiva y recreativa con equidad, ante ese compromiso es que la Gerencia de Participación Ciudadana, a través del Departamento de Deporte y Recreación implementa el PLAN MUNICIPAL DE DESARROLLO DE LOS DEPORTES dirigido prioritariamente a la niñez, adolescencia y juventud tecleña.

Entre sus proyectos están:

1. Departamento de recreación y deportes
2. Centro Deportivo el Cafetalón
3. Estadio las Delicias
4. Escuelas deportivas
5. Parque acuático
6. Santa Tecla F.C

Salud

Tiene por objetivo contribuir a elevar la vida sana de la población mediante la participación conjunta de actores interinstitucionales y intersectoriales a nivel local y nacional, el involucramiento de la población en el sector salud es muy importante.

1. Hospital San Rafael
2. Clínicas asistenciales
3. Campañas de salud
4. Gestiones
5. Presupuesto

2.2.1 Historia de las Relaciones Públicas

EDWARD BERNAYS

El Dr. Edward Bernays, fue el pionero mundial de las Relaciones Públicas al ser él quien las bautiza y da nombre siendo el primero en publicar un libro sobre la materia en el año 1923 en Nueva York, titulado “Cristalizando la opinión pública”, traducido al castellano y publicado en los años 90 en España por Gestión 2000. Siendo el propio Bernays quien lo presente en Madrid y Barcelona junto al libro de su discípulo José Daniel Barquero sobre él, con la presencia de numerosas autoridades.²

Bernays, además destaca por ser pionero en las investigaciones situacionales al momento de llevar a cabo una acción estratégica, buscando aumentar la competitividad empresarial. Esto se debe al conocimiento e interés por estudiar la fuerza de la opinión pública y sus consecuencias. Es por esto, que en el año

²Apuntes_tesis, historia de Edward Bernays.<http://www.rrppnet.com.ar/bernays.htm>

1923 publica el primer libro sobre la profesión, llamado “CrystallizingPublicOpinion”, donde habla sobre la fuerza que tiene la opinión pública, y cómo ésta puede influir tanto en el éxito, como en el fracaso de ciertas instituciones.³

Edward Bernays abrió su oficina de Relaciones Públicas en 1919 e inventó la denominación de consejo en relaciones públicas. Bernays afirma que de 1800 a 1865, las relaciones públicas estadounidenses siguieron evolucionando y pasaron, desde las primitivas artes del agente de prensa de la época colonial hasta ese ordenamiento claro y consciente ejecutado por Abraham Lincoln respecto de la opinión pública nacional y extranjera. EDWARD BERNAYS, habla de Ivy Lee como el padre de las RRPP. Es el primero en mencionar esta profesión como asesor de RRPP, y le da los parámetros que hacen a la misma que surge como respuesta a las necesidades.⁴

Las Relaciones Públicas en primer lugar es muy importante desmitificar esa idea de que sirven para organizar comidas y cocteles y sonreírle a todo el mundo. Las relaciones Públicas van más allá, pues sin duda alguna cuentan con la herramienta más poderosa que tiene el ser humano: LA COMUNICACIÓN.

³Relaciones Públicas, origen y actualidad. Capítulo 1.<http://arvizurp.wordpress.com/2010/01/20/relaciones-publicas-origen-y-actualidad-capitulo-1/>

⁴Relaciones Públicas, origen y actualidad. Capítulo 1.<http://arvizurp.wordpress.com/2010/01/20/relaciones-publicas-origen-y-actualidad-capitulo-1/>

2.3. Marco Conceptual

2.3.1. ¿Qué son las relaciones públicas?

Las relaciones públicas constituyen una de las actividades organizacionales de nuestros tiempos. “Las Relaciones públicas interpretan el entorno de una empresa, son la antena, el radar, y la conciencia de la misma para la toma de decisiones relacionadas con la integración de la empresa a la comunidad”. “Las relaciones Públicas ayudan a las empresas a anticipar y enfrentar la crisis organizacional.”⁵

Primero que nada tenemos que tener algo muy en claro. ¿Qué son las Relaciones Públicas? (Disciplina en formación) y ¿Cuál es el objetivo que tenemos con ellas? A través de ciertos mensajes creamos una imagen, la cual queremos que tenga nuestra empresa, de ella depende el fracaso o el éxito de nuestra compañía. El proyectar una buena imagen de empresa no es ni más ni menos que el mercado tenga un conocimiento, una opinión y una valoración positiva de la organización y por tanto, de los productos y servicios que ofrecen.

Su misión es generar un vínculo entre la organización, la comunicación y los públicos relacionados (Stakeholder), además de convencer e integrar de manera positiva, para lo cual utiliza diferentes estrategias, técnicas e instrumentos.

⁵Relaciones Públicas, origen y actualidad. Capítulo 1. <http://arvizurp.wordpress.com/2010/01/20/relaciones-publicas-origen-y-actualidad-capitulo-1/>

La publicidad es una excelente herramienta de ayuda para transmitir esa imagen, pero probablemente, y no menos importante, está la puesta en marcha de un plan de comunicación que transmita esa imagen a los diferentes mercados y que además lo haga de una forma creíble.

2.3.2. ¿Qué es una estrategia?

La estrategia empresarial, a veces también llamada gestión estratégica de empresas, es la búsqueda deliberada de un plan de acción que desarrolle la ventaja competitiva de una empresa y la acentúe, de forma que ésta logre crecer y expandir su mercado reduciendo la competencia. La estrategia articula todas las potencialidades de la empresa, de forma que la acción coordinada y complementaria de todos sus componentes contribuya al logro de objetivos definidos y alcanzables. Idealmente, el análisis estratégico debería buscar las relaciones sistemáticas existentes entre las elecciones que realizan la alta dirección y los resultados económicos que obtiene la empresa.⁶

Las decisiones estratégicas implican el compromiso de importantes asignaciones de recursos de la organización a largo plazo. La actuación estratégica se basa en el despliegue de los recursos de la organización, así como en la adquisición o generación interna de nuevos recursos. Dicha

⁶Relaciones Públicas, origen y actualidad. Capítulo 1.<http://arvizurp.wordpress.com/2010/01/20/relaciones-publicas-origen-y-actualidad-capitulo-1/>

actuación se ve condicionada por una serie de factores contextuales que son invariables a corto plazo. Internamente, la estrategia de la empresa se ve condicionada por el conjunto de recursos que posee, así como por su estructura organizativa. El entorno también condiciona las decisiones estratégicas de la empresa. La influencia del entorno viene determinada por las características del sector o sectores en los que la empresa lleva a cabo sus operaciones, así como otra serie de factores externos que restringen su comportamiento.⁷

2.3.3. ¿Qué es Identidad?

La identidad corporativa de una empresa o marca se define como un conjunto de atributos y valores que toda empresa o cualquier individuo, posee: su personalidad, su razón de ser, su espíritu o alma. La imagen que refleje la empresa a través de la personalidad, la hará identificarse de las demás, y colocarse en mayor o menor escala. La propia empresa se dará a conocer a través de sus propias normas y comportamientos, la cultura de la empresa.⁸

Todas las empresas, aunque no comuniquen nada, emiten continuamente mensajes a su alrededor. La imagen visual es uno de los medios prioritarios, que más utilizan las empresas para transmitir y manifestar su identidad, mostrándola al público.

⁷Relaciones Públicas, origen y actualidad. Capítulo 1.<http://arvizurp.wordpress.com/2010/01/20/relaciones-publicas-origen-y-actualidad-capitulo-1/>

⁸Apuntes_tesis, historia de Edward Bernays.<http://www.rrppnet.com.ar/bernays.htm>

Peter Behrens fue un diseñador muy reconocido a nivel mundial. Creó y cambió el estilo gráfico, en la Alemania de 1907 con su identidad corporativa. Combinó varios elementos de diseño gráfico moderno, unificándolo en un solo diseño. Este relevante diseñador, aparte de crear el logotipo también adaptó ese logo a todos los elementos corporativos de la empresa.⁸

2.3.4. Imagen

La imagen de una empresa es la forma en que se le comunica al cliente lo que ofrecemos, lo que somos y lo que queremos ser como empresa. Comunicar todo esto correctamente es crucial para un negocio que desea crecer.⁹

2.3.5. Reputación

La reputación corporativa es el conjunto de percepciones que tienen sobre la empresa los diversos grupos de interés, tanto internos como externos. Es el resultado del comportamiento desarrollado por la empresa a lo largo del tiempo y describe su capacidad para distribuir valor a los mencionados grupos¹⁰.

⁹Apuntes_tesis, historia de Edward Bernays.<http://www.rrppnet.com.ar/bernays.htm>

¹⁰Apuntes_tesis, historia de Edward Bernays.<http://www.rrppnet.com.ar/bernays.htm>

Capítulo III Investigación de campo

3.1. Método

Es preciso tener un tipo de investigación, la cual se va a implementar en la Alcaldía de Santa Tecla ya que existen muchas estrategias para llegar a un procedimiento metodológico. Esto se refiere al tipo de estudio que se llevará a cabo con la finalidad de recoger los fundamentos necesarios para la investigación.

La investigación se enfocará en un método cualitativo descriptivo que ayudará a tratar de determinar si las estrategias que actualmente utiliza la Alcaldía de Santa Tecla están dando resultados para impulsar la imagen y buena reputación de la Institución.

3.2. Técnicas e Instrumentos de investigación

Hacer una investigación requiere, una selección adecuada del tema de objeto de estudio, que a la vez requiere de técnicas y herramientas que ayuden a la realización de esta investigación.

Es la que se realiza directamente con el medio en la que se presenta el estudio y en esta investigación realizaremos la técnica de la entrevista.

3.2.1. La entrevista

La entrevista es una recopilación verbal sobre algún tópico de interés para el entrevistador, se requiere de una capacitación amplia y de experiencia por parte del entrevistador, así como un juicio sereno y libre de influencias para captar las opiniones del entrevistado, sin agregar ni quitar nada en la información proporcionada. En este caso nuestra entrevista fue dirigida a la Directora del departamento de Comunicaciones con el tópico de las Relaciones Publicas como estrategias de comunicación, esto ayudó a determinar las acciones y esfuerzos que realizan para la proyección de la imagen y reputación, así como también, si éstas están dando buenos resultados y si tienen el impacto esperado por la Alcaldía Municipal de Santa Tecla.

Igualmente se realizó otra entrevista a los encargados de dos áreas muy importantes dentro de los sectores que trabajan la Alcaldía estos son: El sector de jóvenes representado por el Licenciado Luis Amilcar Delgado y en el sector salud representado por la Licenciada Karen Melada.

Cabe destacar que esta técnica consiste en el estudio de las opiniones o actitudes de un público, es utilizada en ciencias sociales y en estudios comerciales en la cual se puede explorar las conductas y actitudes sociales en lo que respecta al manejo de las Relaciones Públicas, por eso es importante obtener variedad de respuestas para enriquecer la investigación.

Es así como se obtuvo estrategias que se han utilizado para impulsar sus proyectos, para sostener su imagen y buena reputación. Es importante dentro de esta entrevista obtener información muy propia y es por ello se elaboró una ficha para los 2 representantes de las áreas seleccionadas para determinar algunas características del grupo como: el número de integrantes que tiene, cuánto tiempo tienen de estar trabajando en el proyecto, cuál es el objetivo, beneficios que persiguen etc.

La otra técnica que llevó a cabo es el monitoreo una de las redes sociales más usadas y relevantes para las personas, instituciones, organizaciones o empresas como lo es: Facebook, siempre con el objetivo de adquirir información de una forma cualitativa, ver sus publicaciones, lo que los usuarios publican y la retroalimentación que estos dan, prácticamente ver si hacen buen uso de este.

3.3. Instrumentos

Entre los instrumentos tenemos: una guía para la entrevista a la Directora del departamento de comunicaciones y para las otras dos entrevistas a los dos jefes de los sectores jóvenes y salud, se han incluido unas fichas de información fundamental y un cuestionario de 9 preguntas más el monitoreo en la red social de Facebook.

La guía es un instrumento con el fin de obtener información concreta de algo que será muy útil, como lo es en nuestro proceso: la investigación de campo.

Para la entrevista con la directora del departamento de comunicaciones se elaboró un cuestionario de 13 preguntas no estructuradas, de esta forma se obtuvo una información directa y veraz de parte de la entrevistada para nuestra investigación de campo.

De igual forma se aplicó una guía de preguntas para las dos áreas que se seleccionaron, este instrumento fue laborada con preguntas estructuradas y no estructuradas con un número de 9 preguntas y una serie de fichas para tener una información básica de ellos.

También se obtuvo información siempre cualitativa de Facebook con un monitoreo desde el mes de enero hasta el mes de abril del presente año para observar el buen o mal uso de éste con las publicaciones que ellos como alcaldía brindan y las que los usuarios hacen contando también con la retroalimentación que puedan hacer, tomando en cuenta cuanto tiempo se toman en publicar, si lo hacen a diario o casi no lo hacen y que tanta interacción poseen con sus usuarios.

3.4. Recolección de información

La información se recolectó por medio de una entrevista a la Directora del departamento de comunicaciones la Licenciada Mercedes Beatriz Alvarado en la Alcaldía de Santa Tecla, el jueves 03 de abril a las 3:30 pm, su duración fue de 20 minutos, donde se abordó varios puntos de las relaciones públicas y las estrategias que desempeñan en la alcaldía. Esta reunión se coordinó por medio de visitas previas a la Alcaldía, detallando los fines de la investigación, también por medio del correo electrónico y llamadas telefónicas. La otra información que se recolectó fue las otras dos entrevistas a los sectores salud y jóvenes estas se realizaron juntas el día miércoles 04 de junio a las 4:00 pm su duración fue de 15 minutos donde se abordaron temas que nos ayudaron reforzar la información que se adquirió de la Licda. Alvarado, directora del departamento de comunicaciones de la Alcaldía de Santa Tecla.

Facebook fue otro de los métodos de recolección de información ya que por medio de este se pudo detectar si su interacción y uso de las redes sociales es adecuada con sus usuarios a través de las publicaciones que realizan y que les proporcionan, esta información se adquirió desde el mes de enero hasta el mes de abril revisando diariamente sus publicaciones.

3.5. Sujetos de Estudio

El Lic. Luis Amílcar Delgado encargado de juventud y la Licda. Karen Melada encargada de salud.

De igual manera se entrevistó a la encargada de comunicaciones de la Alcaldía de Santa Tecla la Licenciada Mercedes Alvarado, conoceremos con ella el manejo de las Relaciones Públicas en La Alcaldía Municipal de Santa Tecla como principal herramienta para su imagen y credibilidad con su público.

También monitoreó una de las herramientas que poseen como canal de comunicación y esta es: la red social facebook para ver si lo utilizan de una forma adecuada y ver la interacción que tienen con sus usuarios.

3.6. Presentación de Resultados

Dado al trabajo que desempeña la Alcaldía Municipal de Santa Tecla, se le ha realizado una entrevista a la Directora del Departamento de Comunicaciones y Relaciones Públicas, con la que se ha pretendido dilucidar posibles explicaciones de su manejo de trabajo en sus estrategias, fortalezas o debilidades que poseen, estimaciones, etc. pudiendo perfilar el conjunto de información para obtener los resultados que se estructuran en el resumen a continuación.

3.6.1. Entrevista 1:

Licenciada Mercedes Alvarado

1. ¿Qué son las Relaciones Públicas?

La comunicación que se establece con los diferentes públicos, con diferentes organizaciones que nos relacionamos, el tipo de coordinación con los actores claves que a nosotros nos interesa como municipalidad

2. ¿Qué es una imagen pública?

La imagen pública es lo que nosotros proyectamos, la manera como nosotros nos logramos vender hacia los diferentes públicos, de acuerdo al tipo de institución.

3. ¿Cuál considera que es la imagen de la alcaldía?

La alcaldía a través de los años ha logrado ser una alcaldía que sirve de referencia a otras instituciones, gracias al trabajo realizado a través de los proyectos y programas y a través de la comunicación que hemos intervenido no solo el departamento si no la institución. Así que es una imagen positiva, una imagen que ha servido como modelo a otras instituciones tanto nacionales como internacionales.

4. ¿Qué estrategias de comunicación utiliza para la proyección de la imagen fuera de la Alcaldía?

Cada público al que nos dirigimos tiene su manera de expresarse y nosotros tenemos una manera de llegar para cada uno, nosotros interactuamos con ciudadanos, y es la parte que nosotros debemos ponerle más atención porque a ellos nos debemos. Con ellos tenemos una estrategia de cada territorio una dirección y sub dirección de participación ciudadana y es a través de ellos que nos comunicamos, con juntas directivas ADESCO, y el comité de proyectos y ellos se encargan de trasladar la información de estos grupos hacia la institución. Y es así como se resuelven los problemas o las demandas que tiene la ciudadanía. Así que en conclusión con cada público se desarrolla una comunicación distinta y con los medios de comunicación también hemos llegado a tener una buena relación a lo largo de estos años como parte al ejercicio que se está haciendo del trabajo municipal.

5. ¿Qué hace la Alcaldía de Santa Tecla para mantener la reputación y su buena imagen?

El mejor mecanismo para mantener la reputación con la gente es que ellos vean que los proyectos se están realizando y por supuesto esto acompañado con la publicidad en medios o prensa que podamos hacer.

6. ¿Cuáles son sus públicos?

El principal público que tenemos es la ciudadanía teceleña, a quienes nosotros nos debemos como institución, tenemos las instituciones de gobierno, y otras alcaldías, parte el gobierno central porque trabajamos en proyectos con ellos, los medios de comunicación es un público bastante importante.

7. ¿Cuáles son las estrategias comunicacionales que tiene con ellos?

La parte de contacto ciudadano y parte publicitaria, prensa y sobre todo lo que no habíamos podido desarrollar ya hace muchos años es la parte de medios electrónicos como las redes sociales, la municipalidad ha llegado a posicionarse de buena manera hacia al exterior y hay muchas instituciones que nos respaldan creo que como hay variedad de opinión puede que tengan una positiva o negativa, pero más allá de eso Santa Tecla ha llegado a posicionarse con buena imagen en varios temas que son importantes en el tema de seguridad por ejemplo cerramos los primeros 3 meses con únicamente dos homicidios y a nivel nacional es otra dinámica que está pasando, esa imagen de un municipio más seguro.

8. ¿Cómo considera la relación existente entre sus públicos?

Como alcaldía la relación que existe entre nuestros públicos es buena, y tratamos de que esta crezca cada vez más porque una clave fundamental es la comunicación y relación que nosotros llevemos con ellos.

9. ¿Considera que la Alcaldía posee una buena credibilidad entre sus públicos? ¿Por qué?

En base a experiencias que nosotros pasamos con el terremoto y la cual nos permitió levantarnos y convertirnos en la ciudad que somos, en un nuevo municipio, servir como un modelo en ese tema, incluso somos premiados por naciones unidas. En el tema de turismo fuimos el primer municipio declarado como centro turístico de interés nacional por paseo el Carmen y paseo el recreo hay varias experiencias exitosas que nos han permitido proyectarnos de esa manera y dar credibilidad.

10. ¿A quiénes beneficia la alcaldía y cómo?

A la ciudadanía porque es una institución dedicada a los ciudadanos por medio de servicios.

11. ¿Cuáles son los proyectos de la alcaldía?

Aparte de los ya mencionados como Paseo el Carmen y el Recreo, este año, continuar desarrollando la parte cultural ampliar el distrito cultural que ya funciona y darle prioridad a las pequeñas obras que conocemos pero que para nosotros son de gran impacto, como obras en colonias, comunidades más directa con la gente. Mantener los parques, seguir con la seguridad y fortalecer la calidad de los servicios.

12. Como alcaldía ¿Cuál considera usted que es su principal fortaleza?

Es la capacidad de poder reaccionar o responder al día a día por las demandas de la ciudadanía.

13. ¿Cuál considera que es su mayor debilidad?

Es que buscamos fortalecer la comunicación que tenemos con la gente, mejorar los mecanismos para poder llegar a la gente, no solo vender los proyectos, también canalizar las demandas que tiene.

3.6.2. Entrevista 2 líder de sector de los jóvenes:

Sector de Juventud

Licenciado Luis Amílcar Delgado.

1. ¿Cuál es la imagen que usted tiene de la Alcaldía de Santa Tecla?

Es buena porque es una alcaldía con un modelo bastante inclusivo, la gente está contenta porque se han realizado varios proyectos y la gente es participativa.

2. ¿Considera usted que la alcaldía posee credibilidad?

Considero que es muy buena ya que los proyectos están fortalecidos y se cumplen, muchas veces se toma como ejemplo la alcaldía de Santa tecla en municipios pequeños, o eventos, el modelo de gestión es basado en la estrategia y implementación en políticas públicas sectoriales y locales.

3. ¿Qué piensa de la Alcaldía de Santa Tecla como empleado?

Para mi trabajar con la Alcaldía de Santa Tecla es una satisfacción mas cuando uno dice, yo quisiera trabajar ahí, es un trabajo muy satisfactorio.

4. ¿Qué les gustaría que hiciera la Alcaldía de Santa Tecla?

Es importante salir de las deudas y tener mecanismos de transparencia para tener una mejor innovación y mejores beneficios económicos, como ejemplo lo del paseo del Carmen aún se tiene una deuda por haberlo reconstruido y es difícil ver el beneficio de ello, creo que se debe tener más innovación como alcaldía para la ciudadanía, marcarlo y hacer la diferencia.

5. ¿Consideran que tienen buenas obras?

El trabajo de realizar nuevos proyectos y mantener las buenas obras ha sido un reto para la Alcaldía, mantener este gobierno no ha sido fácil pero siempre se ha trabajado en beneficio para la ciudadanía en las obras, en cada administración o periodo se han realizado nuevas obras innovadoras como por ejemplo: la reconstrucción de canchas y la inversión en espacio para jóvenes tanto recreativos como culturales, el palacio, museos y de igual forma se han recuperado parques y el impulso al turismo el paseo del Carmen.

6. ¿Cómo se ha beneficiado la ciudadanía por medio de los programas que impulsa la Alcaldía?

Somos encargados de velar la implementación de la política de niñez, adolescencia y juventud, siendo reguladores no solo de los programas sino también proyectos para ellos, entre deportes, cultura y becas escolares en la localidad y de las comunidades, tratamos la manera de estar cerca de ellos cumpliendo con los proyectos.

7. ¿Qué piensan acerca del apoyo que les brinda la Alcaldía en los proyectos que realizan dentro del grupo que ustedes dirigen?

Sin el apoyo directamente de las personas dirigentes de este gobierno es imposible no realizar en su totalidad las diferentes obras a realizarse Siempre nos han dado apoyo en gestión, presupuesto, espacio y tecnología.

8. ¿Qué estrategias de contacto realizan para tener una buena comunicación con los ciudadanos y la Alcaldía?

Existen reuniones, comunicación directa y planificación, tenemos las herramientas de las páginas y correos electrónicos aunque si reconozco que nos falta explotar esa comunicación y hacer propaganda.

También nos reunimos de acuerdo a las actividades que se vienen las más próximas para planificar.

9. ¿Cuál es el objetivo a realizar de ustedes como sector?

Es trabajar con la atención a las diferentes necesidades de la niñez, adolescencia y juventud implementando el área digital y todos los diferentes proyectos que realizamos para el bienestar de ellos y de toda la población teceleña.

3.6.3. Entrevista 3 líder del sector salud:

Sector Salud

Licenciada salud Karen Melada.

1. ¿Cuál es la imagen que usted tiene de la Alcaldía de Santa Tecla?

Tiene una buena imagen por los buenos proyectos que esta posee, en el sector salud hasta el momento todos los proyectos se han llevado a cabo como campañas, charlas, etc para nuestra población.

2. ¿Considera usted que la alcaldía posee credibilidad?

Yo creo que si porque la Alcaldía es pionera en muchas cosas que ningún otro municipio tiene o ha tenido por iniciativa.

3. ¿Qué piensan de la Alcaldía de Santa Tecla?

Para mi trabajar con la Alcaldía de Santa Tecla es una satisfacción en mi área personal como profesional por toda su trayectoria y en las experiencias que he

vivido y he sido participe del desarrollo y de los cambios es muy satisfactorio ver que la gente está contenta.

4. ¿Qué les gustaría que hiciera la Alcaldía de Santa Tecla?

Reforzar los proyectos actuales con transparencia esto nos llevará a una mejor convivencia y participación ciudadana, teniendo un mejor enfoque. Somos autogestores, en nuestro caso, salud hacerle ver a la población que depende de cada uno.

5. ¿Consideran que tienen buenas obras?

Algo para destacar de estas obras es que, la población ha participado y no solo son beneficiarios sino que participes de cada una de ellas.

6. ¿Cómo se han beneficiado la ciudadanía por medio de los programas que impulsa la Alcaldía de Santa Tecla?

En el área de gestión del sector salud trabajamos en buscar maneras de capacitación a las comunidades.

7. ¿Qué piensan acerca del apoyo que les brinda la Alcaldía en los proyectos que realizan dentro del grupo que ustedes dirigen?

Ha sido muy bueno siempre lo hemos tenido presente en cada actividad que queremos realizar y de igual manera hemos recibido apoyo en gestiones y presupuesto.

8. ¿Qué estrategias de contacto realizan para tener una buena comunicación con los ciudadanos y la Alcaldía?

Existen reuniones por sectores una vez a la semana pero solo que sean cosas muy puntuales o por eventos, tenemos esa capacidad de tener esa comunicación directa de tener consejería por cada una de las direcciones.

9. ¿Cuál es el objetivo a realizar de ustedes como sector?

Nuestro objetivo es capacitar e informar a la población en el sector salud.

3.6.4. Facebook

Como parte de la investigación también estaba realizar el monitoreo en una de las redes sociales más tradicionales y usadas por las personas como lo es Facebook. Se presenta un resumen desde el mes de enero hasta el mes de Abril del presente año.

Sabemos que toda empresa nace con el fin de ser exitosa y para ello tienen que manejar canales de comunicación y acortar esa brecha entre su público y la empresa, claro ejemplo es el de la Alcaldía Municipal de Santa Tecla que ha utilizado como herramienta las redes sociales, en este caso, como principal canal para llegar a sus habitantes es: El Facebook.

Desde el mes de Enero al mes de Abril, según lo investigado en la página de facebook de esta Institución se analizaron tres categorías:

- a. Los Usuarios (que escriben en el muro de este facebook)

b. Retroalimentación a los usuarios (contestan las publicaciones)

c. Tipo de Publicaciones (que da a conocer la Alcaldía)

a. Los usuarios:

Los habitantes de la Alcaldía escriben en el muro de facebook situaciones como: Denuncias ciudadanas, pidiendo ayuda social, si brindan algún servicio en específico, preguntas sobre actividades a realizarse, personas promocionando sus negocios o algunas bolsas de empleo y pidiendo asesorías de información de trámites. Esto es muy bueno para la Alcaldía ya que pueden darse cuenta de muchas interrogantes que tienen sus habitantes o incluso ayudas más directas que puedan hacer, aparte de estar cerca con su público más importante como lo es la ciudadanía. En el día reciben de 1 a 2 publicaciones pero también hay días que no reciben ninguna en el mes de enero recibieron 22 publicaciones, en febrero 16, marzo igual 16 y abril 20 publicaciones, dentro de ellas las ya mencionadas aunque si destacamos las más relevantes son: las denuncias ciudadanas y promoción de negocios.

b. Retroalimentación a los usuarios:

Desde el mes de Febrero hasta el mes de Abril solo han contestado 2 publicaciones una el 9 de Febrero y la otra el 10 del mismo mes una fue escrita por un usuario preguntando sobre tramites que realizaría y la otra por una denuncia por falta de agua, esto quiere decir que desde el 11 de febrero no

contestan ninguna otra publicación así sea de cualquier índole, esto le resta buena imagen y credibilidad a la Alcaldía ya que se ve como si no tomaran importancia a las interrogantes o comentarios que surgen de parte de sus habitantes debilitando así los canales de comunicación que según esta investigación es el más próximo para la ciudadanía.

c. Tipos de publicaciones:

Lo que la Alcaldía Municipal de Santa Tecla publica son las actividades que ellos desarrollan y en las que apoyan a sus habitantes, también ofertas de trabajo y videos en los cuales ellos como alcaldía son parte.

En la mayoría de sus fotos se puede apreciar como los habitantes forman parte importante de cada actividad, de esta manera pueden expresar sus experiencias dándoles a conocer un mejor nivel de desarrollo con su público.

En el mes de enero hicieron 11 publicaciones, febrero 12 y en abril 18 publicaciones mostrando avances o realización completa de sus diferentes proyectos, inauguración de eventos, festivales, las agendas culturales en semana santa, visitas que hacen al municipio diferentes personalidades, etc. Todo lo relacionado a las actividades que la Alcaldía está llevando a cabo en pro del desarrollo de Santa tecla.

Tabla de contenido de Facebook

N= ninguna

Categorías de análisis	Tipo de publicación	Enero	Febrero	Marzo	Abril
Publicaciones Usuarios	Denuncias, Ayuda social, promociones de negocios propios, bolsas de empleo, pidiendo asesoría e información de trámites.	22	16	16	20
Retroalimentación de la Alcaldía	Preguntaron sobre tramites y denuncia por falta de agua	N	2	N	N
Publicaciones Alcaldía	Diferentes actividades que ellos realizan como la semana santa, campañas, inauguración de eventos, festivales, agendas a desarrollar, etc.	11	12	14	18

3.7. Análisis de nuestra investigación

Un análisis de resultados de una investigación es toda aquella evaluación que se ha realizado previamente y por medio de ello se consideran datos reales importantes y congruentes que nos permiten hacer una interpretación para concluir una investigación.

Por lo consiguiente dentro de esta investigación se trazaron objetivos previos para ver si se cumplirían y estos son los siguientes:

En cuanto a la proyección de las relaciones públicas para el fortalecimiento de imagen de la Alcaldía se determinó que a pesar que ellos no tienen un área de relaciones públicas como tal ni a un encargado que lo lleve a cabo en su forma empírica de realizar su trabajo han creado estrategias que si han fortalecido su credibilidad e imagen en su ciudadanía como el ver la creación de varios proyectos como podíamos observar en cada una de las entrevistas, ser los primeros en actuar ante desastres naturales, tener reconocimientos de instituciones del país, la creación de un medio turístico como lo es el paseo del Carmen, en el sector salud con campañas que han fortalecido en atenciones personales a sus ciudadanos y en el sector de la juventud la creación de becas, el deporte sumamente impulsado, promoción del cafetalón, entre otros y así también de las demás áreas o sectores con los que trabajan cada uno se ha esforzado por cumplir cada proyecto.

Se han caracterizado en brindar la información con transparencia a pesar que no conocen mucho del tema, ya que en cada visita que, como grupo hacíamos se nos hacía difícil interactuar información por cada circunstancia eventual que se nos presentaba por parte de la Directora del departamento de Comunicaciones Licda. Mercedes Alvarado, pero si podíamos observar la falta de conocimiento en muchas áreas de cómo desempeñar un trabajo o plan estratégico de relaciones públicas.

Mediante la verificación de los resultados obtenidos de las estrategias de Relaciones Públicas que la Alcaldía Municipal de Santa Tecla está impulsando podemos decir que la mayoría de las estrategias como por ejemplo el ser los primeros en actuar ante desastres naturales actuar con rapidez y si es necesario acudir a una ayuda de diversas instituciones, la creación del paseo del Carmen como un atrayente turístico, fomentar el deporte en la juventud, adolescencia y niñez, etc. La Alcaldía ha impulsado muy buenas estrategias según la investigación de acuerdo a nuestras entrevistas la Alcaldía está trabajando siempre en su totalidad con cada proyecto tomando en cuenta que siempre logran que la ciudadanía sea partícipe de cada una de ellas.

Así también identificamos qué herramientas de Relaciones Públicas utiliza la Alcaldía Municipal de Santa Tecla. Las herramientas que se pudieron detectar según la investigación son:

- La creación de las redes sociales por ejemplo la que tiene más usuarios es facebook con 6,228 usuarios, aquí la Alcaldía publica sobre las actividades que ellos realizan, bolsas de trabajo, etc. Para estar más cerca de su ciudadanía, aunque no se descarta que se ha tenido problemas de poder llegar a todos sus habitantes ya que no todos tienen facebook a otros no se les hace fácil, nos comentó la Licenciada Mercedes Alvarado que incluso es una de sus debilidades como canales de comunicación y en el monitoreo específicamente en esta fan page se detectó que hay un descuido a la hora de retroalimentar las publicaciones de los usuarios.
- Tienen buena relación con los medios de comunicación del país. El departamento de comunicaciones es el encargado de crear esa armonía y relación con los medios y nos compartía su directora que lo manejan muy bien.
- Tienen un grupo, el cual se reúne cuando se aproxima una actividad y son los representantes de los diversos sectores con los que trabaja la Alcaldía son 30 en específico, entre ellos: mujeres, medio ambiente, educación, cultura, jóvenes, salud, etc. Una desventaja de ellos es que no manejan un día permanente ni una relación continua con la Alcaldía y

la ciudadanía esto hace que debilite otro medio en el cual pueden tener esa cercanía a las diferentes necesidades que municipio presente.

Por otra parte se determinó que la imagen que tiene la Alcaldía Municipal de Santa Tecla ante su público externo actualmente se siente muy beneficiado y con una forma muy satisfecho de los proyectos y trabajo que la Alcaldía realiza logrando que este público sea participe de todos generando una buena imagen y credibilidad.

Por otra parte también se realizaron entrevistas y llegamos a nuestro análisis se determinó que la alcaldía de Santa Tecla realiza Relaciones Publicas empíricamente porque no hay un plan estratégico en el que basan sus actividades, esto lleva como consecuencia no tener un control de sus actividades o proyectos en un tiempo estipulado.

Los proyectos que la alcaldía ha realizado para beneficio de sus público externo han dado resultados positivos a su imagen a pesar que no existe un plan estratégico y no todo se ha realizado en su totalidad como por ejemplo la comunicación que quieren alcanzar para canalizar las necesidades con su público, esto debilita la credibilidad ante ellos.

El tipo de estrategias y gestiones que han realizado son muy beneficiarias para su público externo, unas de las más importantes que se identificó por medio de la investigación, son las siguientes:

- A. Como gestión una de sus principales apuestas como municipio es la seguridad tal como lo manifestó la Directora del departamento de comunicaciones Licda. Mercedes Alvarado que como logro de esta gestión en estos 3 primeros meses cerraron con 2 homicidios cerraron teniendo en cuenta que la realidad en nuestro país en general maneja otra dinámica, pero; esto les beneficia como municipio creando así una buena imagen y una localidad más segura, definitivamente las estrategias de seguridad han dado resultado.
- B. En el turismo son un municipio con un alto rango de reconocimientos a nivel nacional e internacional como nos comentaba la Licenciada Alvarado en su entrevista esto quiere decir que sus proyectos que están implementando como el paseo del Carmen, el museo, el cafetalón, etc han dado buenos resultados, enriqueciendo su municipio con buenas obras y disminuyendo así la delincuencia.
- C. Por ser un país vulnerable ante desastres naturales este municipio ha logrado levantarse de un manera muy favorable recibiendo un reconocimiento Internacional a raíz del desastre natural del terremoto del 2001 por crear un plan estratégico participativo debido a que el mecanismo principal fue la participación ciudadana, es así como surge el consejo ciudadano que lo conforman 30 representantes de toda instancia

como mujeres, jóvenes, adultos mayores, entre otros formando una ciudadanía organizada, gracias a la proyección que como alcaldía tienen en las estrategias de Relaciones publicas que fortalece su imagen y credibilidad ante su público externo.

Por consiguiente la imagen que la Alcaldía proyecta hacia el exterior es positiva, debido a reconocimientos público de instituciones ajenas a la comuna tectureña y a la inclusión de diferentes sectores del municipio que han participado en el desarrollo de los proyectos, viéndose beneficiados.

Una de sus debilidades que se detectó fue la falta de comunicación que tiene la alcaldía con su ciudadanía debido a que no logran llegar a todos los habitantes directamente, dejando atrás muchas necesidades que ellos puedan tener y esto es un problema para ellos ya que no logran alcanzar uno de su objetivos principales estar cerca de la población tectureña, solventando cada necesidad que se les presente.

Ya que la comunicación es un elemento importante de las Relaciones Públicas y para ellos es una de sus debilidades, esto es preocupante porque por medio de la comunicación se debe trabajar el conocimiento de proyectos que la Alcaldía tiene en todo el municipio y el tiempo requerido en cada uno de ellos, para evitar falsas expectativas de los habitantes.

Finalmente se cuestionó sobre las fortalezas que presentaban como Alcaldía con relación a las Relaciones Publicas para fortalecer su imagen y credibilidad con su público externo y una de las mencionadas fue lo eficaces que son a la hora de resolver las necesidades ciudadanas.

El público más importante de la Alcaldía como ya explicamos son los habitantes tecleños y por ello la reacción más rápida a cualquier situación esta sea positiva o negativa siempre va contar como un manejo de las Relaciones Públicas aunque lo desempeñen de una forma empírica en la Alcaldía creando así un beneficio a sus públicos.

Por otro lado también se recaudó información con dos entrevistas dirigidas a dos de los representantes de dos sectores de los 30, con lo que trabaja la Alcaldía, con el fin de debatir temas para identificar el trabajo que está realizando la comuna en el área de las estrategias de relaciones públicas para el logro de su buena imagen y reputación ante su público externo.

Dentro de la mecánica de compartir y debatir sobre dicho tema se pudo identificar las fortalezas y debilidades que poseen como Alcaldía a la hora de realizar el trabajo de sus estrategias que no las manejan como relaciones públicas sino como “proyectos” manejando esto de una manera empírica.

Cuando hablamos de la imagen de la Alcaldía de Santa Tecla a nivel externo se puede decir que es muy buena, sus proyectos y avances de mejoras a la ciudadanía han sido efectivos, se logra ver la satisfacción que ellos expresan por que han sido parte de la experiencia durante varios años y esto les ha permitido ver su evolución.

Se puede definir entonces que de la manera empírica que han realizado sus trabajos existe una satisfacción de parte de sus empleados a la hora de trabajar con los ciudadanos: sin embargo no se descarta la manera de poder mejorar sus estrategias ya que poseen ciertas debilidades como: La comunicación a la hora de dirigirse o interactuar con el público externo porque a pesar que sus proyectos son muy exitosos no logran tener un buen impacto de comunicación ante todo el municipio. Por otra parte estos proyectos según el análisis deben desarrollarse con transparencia, no teniendo irregularidades a la hora de sus promesas y que no las realicen en su totalidad sino todo lo contrario para tener una mejor credibilidad en la población. De igual manera ser constantes con su organización interna, no tener estos grupos focales (los 30 representantes de cada sector) solo a la hora de una evento sino tener una comunicación permanente, no esporádicamente, así como tienen una calendarización de eventos puedan fortalecer su forma de efectuar su trabajo teniendo evaluaciones e informaciones de avances de proyectos en forma constante.

Por otro lado se pudo detectar mediante realizábamos las entrevistas, la inestabilidad o la falta de detección de debilidades que como Alcaldía poseen, por las generalidades que ellos mencionaban como la “innovación” sin poder dar unas razones o áreas específicas de dicho tema, adaptándose a lo que surge o está en el programa por realizarse, sin tener métodos de recolección de información ante las necesidades que tiene la población.

Por último, uno de los canales de comunicación que ellos manejan es facebook para dar a conocer sus proyectos y esto es una herramienta fundamental en toda empresa o institución, y la Alcaldía lastimosamente no ha sabido aprovecharlo y darle un buen uso en su totalidad ya que ellos si publican sus proyectos y logros pero no interactúan con sus usuarios, dejando en blanco las respuestas a interrogantes importantes que los usuarios les presentan en su muro y sin tener la información necesaria como grupos de teléfono, contactos, etc.

Estrategias	Recomendaciones
1. Realizar proyectos de prevención 2. Creación de un grupo focal con cada integrante de los diferentes sectores 3. Manejo de redes sociales 4. Fortalecimiento del Turismo 5. Seguridad ciudadana	Crear un plan estratégico para cada proyecto Ser constantes en las reuniones para una mejor planificación de actividades. Actualizar página web y tener una mejor interacción con los usuarios de la página de facebook. Mejorar la publicidad Crear un plan estratégico específico de seguridad.

Tabla de estrategias de relaciones públicas que maneja la Alcaldía

Municipal de Santa Tecla.

	Criterio	Comentario Positivo	Comentario Negativo de ambos		Comentario Positivo
Sector Salud Licda. Karen Melada	Imagen de la Alcaldía de Santa Tecla	Tiene una buena imagen por los buenos proyectos que esta posee, en el sector salud hasta el momento todos los proyectos se han llevado a cabo.	N	Sector Jóvenes Lic. Luis Delgado	Es buena porque es una alcaldía con un modelo bastante inclusivo, la gente está contenta y es participativa.
	Credibilidad de la Alcaldía de Santa Tecla	Yo creo que si porque la Alcaldía es pionera en muchas cosas que ningún otro municipio tiene o ha tenido por iniciativa	N		Considero que es por los proyectos que se cumplen, muchas veces se toma como ejemplo la alcaldía de Santa Tecla.
	Entre las obras destacables	Algo para destacar de estas obras es que, la población ha participado y no solo son beneficiarios sino que participes de cada una de ellas.	N		Siempre se ha trabajado en beneficio para la ciudadanía en las obras, en cada administración o periodo se han realizado nuevas obras innovadoras.
	Apoyo que les brinda la Alcaldía en los proyectos que realizan	Ha sido muy bueno siempre lo hemos tenido presente en cada actividad que queremos realizar y de igual manera hemos recibido apoyo en gestiones y presupuesto	N		Siempre nos han dado apoyo en gestión, presupuesto, espacio y tecnología.
Análisis	Podemos observar por medio de esta tabla que la satisfacción tanto del sector Joven y salud es favorable para la Alcaldía.				

Capítulo IV Conclusiones y recomendaciones

4.1. Conclusiones:

Como resultado de la investigación realizada a la Alcaldía de Santa Tecla podemos ver que si bien utilizan las estrategias de relaciones públicas, las realizan empíricamente, que su desarrollo de proyectos con fines de tener una mejor imagen y credibilidad y el constante apoyo a su público externo, es bien reconocida por los mismos. Al comparar los resultados mediante la entrevista hecha a la encargada de comunicaciones en la alcaldía y a los dos sectores de juventud y salud, pudimos observar que su mayor fortaleza es el buen uso, en lo que cabe, de sus relaciones públicas ya que como Alcaldía de Santa Tecla les brinda el apoyo, este sea en presupuestos o gestiones.

Por otro lado su comunicación para hacer propaganda de sus proyectos como ellos los llaman, está deficiente, ya que también es uno de los factores principales que ellos coinciden que les preocupa.

Su falta estrategias en el campo, si bien, tienen una calendarización de proyectos, no tiene fechas límites o tiempo límites de estos, haciendo esporádicos sus encuentros entre sus grupos o sectores con los que ellos trabajan. Es necesario fortalecer esta área para mejor desempeño de sus actividades como alcaldía.

Por último detectamos la problemática de falta de empleados capacitados sobre las áreas en las que trabajan.

4.2. Recomendaciones:

- Que exista monitoreo de los proyectos que la alcaldía realiza para que este inmediatamente sea expuesto a los medios de comunicación.
- Que coordinen capacitaciones para formar estrategias puntuales de Relaciones Públicas.
- Contratar empleados que tengan conocimiento de áreas de comunicaciones y relaciones públicas.
- Crear un departamento de relaciones públicas con una persona que sepa del rubro.
- Que cada encargado de sector o grupo se reúna con la encargada de Relaciones públicas y comunicaciones para dar un reporte en mejoras.
- Crear un plan estratégico propio de relaciones públicas.
- Crear estrategias de comunicación para llegar a las comunidades rurales del municipio.
- Ser constantes en sus reuniones de grupos, con sus 30 representantes de cada sector para planificar y evaluar cada actividad o proyecto a realizarse.
- Renovar datos de la página web, actualizarla constantemente.
- Innovación de página web y redes sociales.
- Mejor uso de facebook, más interacción con sus usuarios.

Referencias

Alcaldía Municipal de Santa Tecla (2013). Municipio de Santa Tecla.

Recuperado de <http://www.santecladigital.gob.sv/>

Arvizup. (2013). Relaciones públicas origen y actualidad

Recuperado de

<http://arvizup.wordpress.com/2012/01/20relaciones-pùblicas-origen-y-actualidad-càpitulo1>

Cuéllar, Marta. (2014). Entrevista con {Teresa Orozco,

Secretaria de comunicaciones: Historia de Santa Tecla}

Grabación en audio

Facebook. (2014). Alcaldía de Santa Tecla. Recuperado de

<http://es-es.facebook.com/pages/alcaldia-de-sanata-tecla-232417023448122>

RRPPNET. (2010). Apuntes. Tesis/Historia de Edward Bernays.

Recuperado de <http://www.rrppnet.com.ar/bernays.htm>

Anexos

Ficha técnica del sector salud

¿Cuántos integrantes poseen?

14 integrantes (representantes del ISSS, Ministerio de Salud, ONG, representantes ciudadanos)

¿Dónde está ubicado este grupo?

Diferentes zonas del municipio

¿Cuánto tiempo tienen de existir?

10 años

¿Cuánto tiempo tienen de trabajar con la alcaldía?

10 años

¿Cuál es el tipo de apoyo que les brinda la alcaldía?

Organización de actividades, coordinación de campañas de salud preventivas, atención a emergencias, gestiones y presupuesto.

Mencione un beneficio directo de la alcaldía

Apoyo en las actividades organizativas de este sector, apertura de espacios para realizar campañas de salud, apoyo técnico.

Ficha técnica del sector Jóvenes

¿Cuántos integrantes poseen?

15 organizaciones activas (25 jóvenes por organización)

¿Dónde está ubicado este grupo?

Casa de La Juventud (Oficina Alcaldía de Santa Tecla)

¿Cuánto tiempo tienen de existir?

6 años

¿Cuánto tiempo tienen de trabajar con la alcaldía?

6 años

¿Cuál es el tipo de apoyo que les brinda la alcaldía?

Organización, realización de actividades, gestiones y presupuesto.

Menciones un beneficio directo de la Alcaldía

Apoyo técnico organizativo, implementación de programas orientados a la niñez y juventud como Beca Escuela, Centros de Atención Integral para la niñez trabajadora de los Mercados Municipales, Programas de Alfabetización, entre otros

Guía de preguntas entrevista a la directora del departamento de comunicaciones

Objetivo: Identificar las fortalezas y debilidades que posee la Alcaldía Municipal de San Tecla dentro de la organización del plan estratégico de Relaciones Publicas y comunicación con su Institución y con la ciudadanía.

Nombre de la entrevistada: Mercedes Alvarado.

Cargo: Directora del departamento de comunicaciones.

Años de ejercer el cargo: 4

Carrera que estudió: Periodismo

1. ¿Qué son las Relaciones Públicas?
2. ¿Qué es una imagen pública?
3. ¿Cuál considera que es la imagen de la alcaldía?
4. ¿Qué estrategias de comunicación utiliza para la proyección de la imagen fuera de la Alcaldía?
5. ¿Qué hace la Alcaldía de Santa Tecla para mantener la reputación y su buena imagen?
6. ¿Cuáles son sus públicos?
7. ¿Cuáles son las estrategias comunicacionales que tiene con ellos?

8. ¿Cómo considera la relación existente entre sus públicos?
9. Considera que la Alcaldía posee una buena credibilidad entre sus públicos ¿Por qué?
10. ¿A quiénes beneficia la alcaldía y cómo?
11. ¿Cuáles son los proyectos de la alcaldía?
12. Como alcaldía ¿cuál considera usted que es su principal fortaleza?
13. ¿Cuál considera que es su mayor debilidad?

Guía de preguntas para la entrevista de los sectores salud y jóvenes.

Objetivo: Identificar las fortalezas y debilidades que poseen dentro de cada grupo de trabajo a la hora de realizar sus proyectos de la mano con la Alcaldía Municipal de Santa Tecla.

1. ¿Cuál es la imagen de la Alcaldía de Santa Tecla que ustedes tienen?
2. ¿Consideran ustedes que la alcaldía posee credibilidad?
3. ¿Qué piensan de la Alcaldía de Santa Tecla?
4. ¿Qué les gustaría que hiciera la Alcaldía de Santa Tecla?
5. ¿Consideran que tienen buenas obras?
6. ¿Cómo se han beneficiado la ciudadanía por medio de los programas que impulsa la Alcaldía de Santa Tecla?
7. ¿Qué piensan acerca del apoyo que les brinda la Alcaldía en los proyectos que realizan dentro del grupo que ustedes dirigen?

8. ¿Qué estrategias de contacto realizan para tener una buena comunicación con los ciudadanos y la Alcaldía?
9. ¿Cuál es el objetivo a realizar de ustedes como sector?

Facebook de la Alcaldía Municipal de Santa tecla

Actividades que la Alcaldía publica:



Lo que los usuarios publican y su poca interacción como alcaldía ante denuncias ciudadanas o interrogantes





