

Universidad Tecnológica de El Salvador

**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
TÉCNICO EN RELACIONES PÚBLICAS**



TEMA:

**“CAMPAÑA DE RELACIONES PÚBLICAS PARA MEJORAR LOS GOBIERNOS
LOCALES CASO ESPECÍFICO ALCALDÍA MUNICIPAL DE AYUTUXTEPEQUE”.**

TRABAJO DE GRADUACIÓN PRESENTADO POR:

VANESSA ESMERALDA SOSA GONZÁLEZ

ANA BEATRIZ PINEDA MEDINA

JUAN CARLOS RAMÍREZ ROSALES

**PARA OPTAR AL GRADO DE:
TÉCNICO EN RELACIONES PÚBLICAS**

SEPTIEMBRE, 2018

SAN SALVADOR, ELSALVADOR, CENTRO AMÉRICA

AUTORIDADES ACADÉMICAS

ING. NELSON ZÁRATE SÁNCHEZ

RECTOR

LIC. JOSÉ MODESTO VENTURA

VICERRECTOR ACADÉMICO

LICDA. ARELY VILLALTA DE PARADA

DECANO

JURADO EXAMINADOR

LIC. ORLANDO RAFAEL APARICIO PACHECO

PRESIDENTE

LIC. NELSON ALEXANDER RODAS REYES

PRIMER VOCAL

LICDA. HEIDY CORALIA CUELLAR DE ALBERTO

SEGUNDO VOCAL

SEPTIEMBRE, 2018

SALVADOR, EL SALVADOR, CENTRO AMÉRICA

ACTA DE EXAMEN PROFESIONAL

HABIÉNDOSE REUNIDO EL JURADO CALIFICADOR INTEGRADO POR:

Lic.Nelson Alexander Rodas Reyes, Licda.Heydi Coralia Cuellar de Alberto, Lic.Rafael Orlando Aparicio Pacheco, a las 6:30a.m. del día Sábado 16 de Junio de dos mil dieciocho.
Y LUEGO DE HABER DELIBERADO SOBRE EL EXAMEN PROFESIONAL DE LOS ALUMNOS:

- | | |
|------------------------------------|---------------------|
| 1- Ana Beatriz Pineda Medina | Carnet 09-1993-2014 |
| 2- Juan Carlos Ramírez Rosales | Carnet 09-5797-2015 |
| 3- Vanessa Esmeralda Sosa González | Carnet 09-1087-2015 |

QUIEN PRESENTÓ DEFENSA DE SU TRABAJO DE GRADUACION TITULADO:

"Campaña de Relaciones Públicas para mejorar los Gobiernos Locales caso específico Alcaldía Municipal de Ayutuxtepeque"

PARA OPTAR AL GRADO DE:

TECNICO EN RELACIONES PÚBLICAS

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, 16 de Junio de dos mil dieciocho.

F.



PRIMER VOCAL

Lic.Nelson Alexander Rodas Reyes

F.



SEGUNDO VOCAL

Licda.Heydi Coralia Cuellar de Alberto

F.



PRESIDENTE DEL JURADO

Lic.Rafael Orlando Aparicio Pacheco

Índice

Contenido	
Introducción	i
Capítulo I	
Planteamiento del Problema	1
1.1 Antecedentes.....	1
1.2 Planteamiento del Problema.....	3
1.3 Objetivos.....	5
1.4 Justificación.....	6
1.5 Enunciado del Problema.....	7
1.6 Alcances.....	8
1.7 Limitaciones.....	8
Capítulo II	
Marco Teórico	9
2.1 Marco Histórico	9
2.2 Marco Conceptual.....	12
2.3 Marco Teórico.....	18
Capítulo III	
Metodología de la Investigación	19
3.1 Metodología.....	19
Capítulo IV	
Análisis de Resultados	23

4.1 Análisis de Resultados Obtenidos.....	23
4.2 Análisis General.....	31
4.3 Campaña de Relaciones Públicas.....	31
4.4 Cronograma de Actividades.....	42
4.5 Presupuesto.....	43
Capítulo V	
Conclusiones.....	48
Conclusiones.....	48
Referencias.....	49
Anexos.	50

Introducción

Las relaciones públicas son importantes en la cotidianidad y los escenarios laborales aún más, ante esta aseveración cada institución pública o privada se ve en la necesidad de contar con un departamento y personal idóneo en esta área que contribuya a través de la visibilización del quehacer de las empresas o instituciones en dar a conocer sus acciones y gestiones ante sus públicos

La Alcaldía Municipal de Ayutuxtepeque no escapa de esta realidad, la misma cuenta con una persona que se encarga de realizar algunas acciones comunicacionales que si bien es cierto nutren de cierta información a sus públicos, se torna insuficiente para la demanda de la población que desea saber en qué obras se convierten sus impuestos.

De allí parte la idea de la propuesta de una campaña de Relaciones Públicas que le ayude a la alcaldía de Ayutuxtepeque a comunicar de manera efectiva el que hacer de esa municipalidad ante los habitantes de ese municipio quienes recientemente re eligieron al Licdo. Alejandro Nóchez.

Las Relaciones Públicas son planificadas y deliberadas, en virtud de ello cada acción que se realice en pro de los habitantes de ese municipio debe ser socializada con los públicos a través de las herramientas de las Relaciones Públicas le permitiría mejorar la imagen y por ende le ayudaría a incrementar el número de simpatizantes.

La creación de una campaña Relaciones Públicas permitiría tener un objetivo claro de qué es lo que se desea alcanzar, utilizando un mensaje armonioso y comprensible. Las campañas de relaciones públicas en ocasiones se enfocan en la población en general.

Como estudiantes de la Universidad Tecnológica, correspondió indagar la situación actual de la alcaldía del municipio de Ayutuxtepeque, durante la investigación se pudo constatar que la comuna no posee una unidad, sección o departamento de Relaciones Públicas, las mismas (Relaciones Públicas) son realizadas de alguna forma por el alcalde y un asistente.

La creación de la campaña de Relaciones Públicas ayudaría a mejorar la imagen que se tiene en la actualidad.

Capítulo I

Planteamiento del Problema.

1.1 Antecedentes.

Ayutuxtepeque Municipio del departamento de San Salvador que limita con los municipios de: Apopa, Cuscatancingo, Ciudad Delgado y Mejicanos.

Las fiestas patronales de la ciudad de Ayutuxtepeque son celebradas en el mes de enero en honor a San Sebastián Mártir, del 15 de enero al 20 de enero, las actividades tanto religiosas como de la alcaldía municipal son la principal causa del colorido y tradición del que son partícipes los habitantes y vecinos de la ciudad. Así mismo los cantones de Ayutuxtepeque celebran sus propias fiestas patronales las cuales se caracterizan por mantener tradiciones como desfiles llenos de cultura y aún en algunas fiestas se han revivido las Mayordomías, que consiste en que una o más personas son los encargados de promover las actividades religiosas e incluso brindar refrigerios a los asistentes.

Esta población es muy antigua, se cree que es un pueblo yaqui o pipil precolombino y otros se inclinan a pensar que fue fundado en las primeras décadas del coloniaje por misioneros españoles, con base en los Indios Mexicanos o Aztecas auxiliares que llegaron al valle de las hamacas con los conquistadores en 1524.

En época colonial en 1740 según el Alcalde Mayor de San Salvador Don Manuel de Gálvez del corral, Ayutuxtepeque estaba conformada por 73 indios tributarios o jefes de familia, con una cantidad de 365 pobladores.

En 1770 pertenecía a la parroquia de Mejicanos y según el Arzobispo Don Pedro Cortés y Larrasa, su población era de 440 personas, repartidas en 115 familias, cuyo dialecto era el náhuatl, pero también entendían y hablaban el castellano.

En 1807 el corregidor independiente Don Antonio Gutiérrez y Ulloa, Ayutuxtepeque era pueblo de indios, cuyo número de habitantes no excedía de 700. Ayutuxtepeque era tierra fértil, donde se criaba ganado y sus frutos eran el maíz y la caña dulce.

Según datos históricos en 1980 había 1,370 habitantes y junto a Mejicanos, Cuscatancingo y Ciudad Delgado, era llamado en tono de broma, los “Estados Unidos.

Ayutuxtepeque.

Nombre de origen Náhuatl cuyo significado es “Cerro de cusucos”

AYUTUXTI: Cusuco, Tatuejo o Armadillo.

AYUT: Tortuga TUXTI: Conejo

TEPEC: Cerro, Montaña o Localidad.

Título de ciudad.

En octubre de 1997 con iniciativa de los diputados del partido ARENA, Julio Gamero Quintanilla, Gerardo Antonio Suvillaga y Rene Mario Figueroa, la Asamblea Legislativa le otorga el título de ciudad a la villa de Ayutuxtepeque.

Título de villa.

Según Decreto Legislativo 425, en octubre de 1971, publicado en el Diario Oficial No. 188, tomo 233 de fecha 15 de octubre del mismo año, en el departamento de Sn Salvador.

Título ejidal.

Fue extendido el 19 de abril de 1875.

1.2 Planteamiento del Problema.

En la actualidad esta Alcaldía no cuenta con un departamento de Relaciones Públicas si bien es cierto que se dan a conocer algunas acciones se tornan insuficientes para el escenario político que le permite por segunda ocasión haber ganado el mandato de la Alcaldía de Ayutuxtepeque al Licdo. Alejandro Nochez.

Como Alcaldía es necesario desarrollar una campaña de Relaciones Públicas, ya que como institución pública está inmersa en el ámbito político con ataques y críticas de sus adversarios que de alguna manera pueden incidir en la opinión pública.

La campaña de Relaciones Públicas es una herramienta que ofrece la posibilidad de comunicar de un modo coherente, eficaz y respetuoso. Todas las acciones que compone la función de Relaciones Públicas tales como: organización de eventos, alianzas estratégicas entre otras, ayudarán a la Alcaldía Municipal de Ayutuxtepeque a diferenciarse de otras alcaldías o conseguir una mejor opinión pública. A continuación, se enuncian algunas funciones.

- Comunicación interna y externa, incluso en situaciones de crisis.
- Comunicación con los medios, blogs, etc.
- Búsqueda de colaboración con marcas
- Creación de estrategias y campañas de comunicación.
- Patrocinar eventos.

Por otra parte, contar con un especialista en Relaciones Públicas es muy relevante en la Alcaldía de Ayutuxtepeque esto contribuiría de alguna manera a construir o mejorar la identidad e imagen de esta misma.

1.3 Objetivos.

Objetivo general

- Crear una campaña de Relaciones Públicas que contribuya a mejorar la imagen municipal y la reputación de la Alcaldía Municipal de Ayutuxtepeque.

Objetivos específicos

- Planear un conjunto de actividades que ayude a mejorar la percepción que los pobladores tienen de la Alcaldía de Ayutuxtepeque.
- Incorporar a cada uno de los empleados y otros actores el sentido de pertenencia hacia la comuna, que la tomen como propia y ellos mismos sean los portavoces de una buena reputación.
- Producir interactividad con los empleados, accionistas, la comunidad, gobierno, miembros de asociaciones y los medios de comunicación que aportan al crecimiento de la Alcaldía

1.4 Justificación.

Las relaciones públicas en su total dimensión utilizan sin lugar a duda la vinculación entre públicos que de alguna forma reflejan la eficacia de la organización y comunicación, tanto en el presente como en el futuro para las distintas instituciones y ayudan al fortalecimiento de estas siempre y cuando estas se lleven a la práctica.

El poco interés de llevar a cabo una campaña de Relaciones Públicas impide a muchas empresas o instituciones desarrollar un buen trabajo, dejando atrás oportunidades que aporten resultados positivos y que favorecen al crecimiento de las empresas y al público interno como externo.

La campaña de relaciones públicas a realizar será de gran ayuda para la efectiva divulgación de sus proyectos, esto aportará inmensamente a la imagen y reputación de la Alcaldía posicionándola de una manera positiva ante el pueblo de Ayutuxtepeque.

El método cuantitativo asegura un conteo exacto de respuestas que tendremos del pueblo ya sea en contra o a favor de lo que ha realizado la alcaldía.

Esto será de mucho beneficio ya que mediante este método se obtendrá una idea de cuantas personas apoyan o no estas obras de la alcaldía y así se logrará un mejor posicionamiento de la imagen que el pueblo tiene de ellos.

La cuantificación es un método real ya que se toma una muestra de la población en este caso fueron 75 encuestas y se presentaron a personas naturales que visiten o se encuentren en el centro de Ayutuxtepeque, se tomó solamente una muestra ya que no se logró llegar a la población completa y se optó por presentar las entrevistas en este lugar ya que como se explicó anteriormente es un lugar con mucha afluencia de personas de distintas colonias del municipio.

Al presentar las encuestas y percibir la opinión del pueblo obtuvimos como resultado un dato numérico exacto de la satisfacción o decepción que el pueblo tiene de su alcaldía.

Estos números sirvieron al momento de presentar las opiniones del pueblo al señor alcalde ya que con datos exactos se muestra como poder mejorar sus debilidades según la opinión del pueblo y de igual manera como seguir actuando con sus fortalezas y buenas obras para seguir cumpliendo con el deber de alcalde en su municipio.

1.5 Enunciado del Problema.

La Alcaldía de Ayutuxtepeque en sus años de gestión con el Lic. Alejandro Nochez ha desarrollado muchos proyectos que a través de algunas herramientas de Relaciones Públicas los han dado a conocer, pero esto no ha sido suficiente, hay innumerables proyectos que no han alcanzado para ser socializados ante sus pobladores.

Existen variables que no suman al esfuerzo no cuentan con un departamento de Relaciones Públicas y Comunicaciones, si bien es cierto

dan a conocer algunas actividades, de alguna manera son planificadas no son sustentables en el tiempo.

Por esa razón contar con una campaña de Relaciones Públicas contribuiría en mantener de forma sistemática el quehacer de esta Alcaldía y ésta debe ser apoyada en los medios internos como externos.

Delimitación del Problema

- *Geográfica:*

La ubicación será en el municipio de Ayutuxtepeque, departamento de San Salvador, El Salvador.

- *Temporal:*

La investigación s

1.6 Alcances.

Con esta campaña se pretende que la población conozca el quehacer de la Alcaldía y por ende del señor alcalde.

1.7 Limitaciones.

- 1- La falta de alianzas estratégicas en eventos.
- 2- Falta de planificación en las actividades de comunicación, para una coordinada promoción y divulgación de sus programas.e realizó, entre los meses de marzo - mayo 2018.

Capítulo II

Marco teórico.

2.1 Marco Histórico.

La alcaldía municipal de Ayutuxtepeque es liderada por el Licenciado Alejandro Nóchez y su Concejo Municipal compuesto por seis regidores propietarios y seis suplentes, además del Síndico y la Secretaria Municipal.

Ayutuxtepeque, originalmente denominada “San Sebastián Ayutuxtepeque” es uno de los municipios que forman el distrito del gran San Salvador, en el departamento del mismo nombre. Su área comprende unos 10.50 kilómetros cuadrados, y en su mayor parte corresponde a la Cadena Montañosa Intermedia del país. La cabecera municipal está situada a 700 m de altitud y a 4.5 kilómetros al Norte de San Salvador.

Dentro de las funciones principales que le competen por ley a la municipalidad se encuentran cuatro principales y de las cuales se derivan una serie de ítems:

- Elaboración y ejecución de planes y programas de desarrollo económico y social a nivel local: (Elaboración, aprobación y ejecución de planes de desarrollo urbano y rural; Promoción y desarrollo de programas de salud; Planificación, ejecución y mantenimiento de obras públicas; Promoción y financiamiento de programas de vivienda o renovación urbana)

- De prestación de servicios públicos: (Ornato público, Registro Civil, creación, impulso y regulación de servicios que faciliten el funcionamiento de mercados, tiangués, mataderos; Aseo y recolección de basura, Policía Municipal)
- Control y regulación de actividades de los particulares: (Supervisión de precios, pesas y medidas, regulación y supervisión de espectáculos públicos; Impulso y regulación del turismo; Regulación de actividades comerciales, industriales y de servicios; Autorización y regulación del funcionamiento de casas de juegos como loterías, rifas y similares)
- De promoción e impulso de actividades de sus habitantes: (Promoción de la educación, cultura, deporte y recreación; Promoción de la participación ciudadana; Promoción del desarrollo industrial, comercial y agrícola; Promoción de ferias y festividades)

División político-administrativa.

Para su administración, el municipio se divide en 33 colonias, 5 urbanizaciones, 10 zonas residenciales, 2 repartos, una comunidad y cuatro condominios.

Alcaldía Municipal de Ayutuxtepeque

"un mejor ayutuxtepeque en orden y progreso"

MISIÓN

Ser un Gobierno Municipal rector del desarrollo local, comprometido con el bien común y la satisfacción de las necesidades de la ciudad, generando bienestar social, económico y cultural a sus habitantes, con funcionarios atentos y calificados ofreciendo servicios ágiles, oportunos y de calidad.

VISIÓN

Ser una ciudad limpia, segura, ordenada, competitiva, con conectividad, en armonía con el medio ambiente y generadora de un clima propicio para vivir, visitar e invertir. Una ciudad donde se reconozca a la persona humana como el origen y el fin de la actividad de la administración municipal.

VALORES INSTITUCIONALES:

- Compromiso.
- Transparencia.
- Solidaridad.
- Trabajo.
- Efectividad.
- Respeto.

Alejandro Nochez Alcalde.

Una de las figuras jóvenes en la política es Alejandro Nóchez, alcalde del municipio de Ayutuxtepeque, quien a sus pocos años al frente de la municipalidad considera que su principal fortaleza es “no valerse de las promesas a la población sino actuar y demostrar con hechos su trabajo.”

El edil, que llegó al cargo bajo la bandera del partido ARENA, ha conseguido reelegirse por el puesto en la próxima contienda electoral, pero no tiene intenciones de presentar propuestas, sino que dará continuidad al trabajo que ha venido desarrollando en su primera gestión; en cuanto al problema del manejo de desechos sólidos, el cual afecta gravemente a varios de los municipios del Área Metropolitana de San Salvador, incluido a su vecino más próximo, el municipio de Mejicanos asegura que dentro de su territorio municipal la basura una situación controlada.

1.2 Marco Conceptual.

➤ Relaciones públicas:

Las relaciones públicas (conocidas por la abreviatura P.R.) son un conjunto de acciones de comunicación estratégica coordinadas y sostenidas en el tiempo, que tienen como principal objetivo fortalecer los vínculos con los distintos públicos, escuchándolos, informándolos y persuadiéndolos para lograr consenso, fidelidad y apoyo en determinadas acciones

➤ **Gobiernos locales:**

Un ayuntamiento, alcaldía o municipalidad es la organización que se encarga de la administración local en un pueblo o ciudad, compuesta por un alcalde y varios concejales para la administración de los intereses de un municipio.

➤ **Campaña de relaciones públicas:**

Una campaña de relaciones públicas es una serie de actividades que están planeadas por adelantado y se relacionan con una meta en específico. Esto contrasta con otras áreas de las Relaciones públicas, como las tácticas de publicidad, la publicidad pagada y la reacción a los eventos.

➤ **Publico externo:**

Son los que se encuentran dentro del área de influencia de la misma y que, en una u otra forma o pueden afectar, favorable o desfavorablemente, a las actividades de ella.

➤ **Publico interno:**

Son los que conforman la constitución orgánica de ella, y los que están dentro de su área operacional.

➤ **La reputación:**

Es el conjunto de percepciones que tienen sobre la empresa en este

caso la comuna, los diversos grupos de interés con los que se relaciona, tanto internos como externos. Es resultado del comportamiento desarrollado por la comuna a lo largo del tiempo y describe su capacidad para distribuir valor a los grupos mencionados.

➤ **Canal formal:**

Son aquellos establecidos por la compañía. Los mensajes fluyen en tres direcciones: hacia abajo, hacia arriba y hacia los lados. Los mensajes hacia abajo: contienen información necesaria para que cualquier miembro del personal realice su trabajo; tal vez se trate de políticas y procedimientos, órdenes y peticiones que se transmiten al nivel adecuado de la jerarquía. Los mensajes hacia arriba son informes, peticiones, opiniones, quejas. Los mensajes hacia los lados se transmiten entre diferentes departamentos, funciones o personas del mismo nivel en la empresa.

➤ **Comunicación:**

Es la actividad consciente de intercambiar información entre dos o más participantes con el fin de transmitir o recibir significados a través de un sistema compartido de signos y normas semánticas. Los pasos básicos de la comunicación son la formación de una intención de comunicar, la composición del mensaje, la codificación del mensaje, la transmisión de la señal, la recepción de la señal, la decodificación del mensaje y finalmente, la interpretación del mensaje por parte de un receptor.

Su propósito u objetivo se puede denominar bajo la acción de informar, generar acciones, crear un entendimiento o transmitir cierta idea.

➤ **Competencia comunicativa:**

El término fue introducido por Hymes (1971) para referirse al conocimiento y la capacidad de los hablantes para utilizar los sistemas semióticos de que disponen como miembros de una comunidad socio-cultural dada.

➤ **Control de gestión:**

Proceso de control que usan las empresas para medir si el resultado real de la gestión responde a los parámetros establecidos por la dirección de la firma y si es razonable en comparación con los distintos indicadores de otra empresa del mismo sector.

➤ **Control de gestión:**

Proceso de control que usan las empresas para medir si el resultado real de la gestión responde a los parámetros establecidos por la dirección de la firma y si es razonable en comparación con los distintos indicadores de otra empresa del mismo sector.

➤ **Decisiones estratégicas:**

Son las que establecen la orientación general de una organización y su viabilidad máxima, a la luz de los cambios (predecibles e impredecibles) que pueden ocurrir en los ámbitos de su interés o competencia. Son las que moldean las metas de la organización y contribuyen a determinar los amplios límites donde se habrá de operar.

➤ **Discurso argumentativo:**

Enfatiza lo persuasivo, es decir, actúa como una presión fuerte sobre el receptor.

➤ **Estrategia:**

Patrón o plan que integra los objetivos y políticas de una organización. Establece, además, una secuencia coherente de las acciones a realizar. Adecuadamente formulada pone orden y asigna los recursos de la organización, a efectos de lograr una situación viable y original, así como anticipar cambios en el entorno y las acciones imprevistas de los oponentes inteligentes.

➤ **Estrategia de posicionamiento:**

Decide cuál es la forma más aconsejable de posicionar a una empresa o candidato, considerando las fortalezas y debilidades propias y las de los demás empresas o candidatos.

➤ **Grupos de influencia:**

Los grupos de influencia pueden ubicarse en una sociedad, donde reciben el nombre de Grupos de interés, presión o grupos de tensión. O bien dentro del Estado correspondiente a una determinada sociedad, en cuyo caso hablamos de Factores de Poder.

➤ **Grupos de interés:**

Surgen porque está en juego el propio interés. Estos grupos tienen técnicas de trabajo, distintas modalidades de acción entre las que se encuentran: a) Peticionar en función del interés b) Generar campañas de opinión. Los grupos de interés surgen del pueblo, y por medio de campañas y/o peticiones buscan influenciar sobre el Estado o la opinión Pública. Cuando el tema planteado no encuentra una respuesta positiva, el grupo asciende en su acción y se transforma en un Grupo de Presión.

➤ **Grupo de presión:**

Dentro de los grupos de presión se dan tres esquemas de acción a) Coacción directa (sobre el Estado) b) Coacción indirecta: (sobre la opinión pública) c) Financiación de partidos políticos. Cuando estos grupos no reciben una respuesta satisfactoria se transforman en Grupos de Tensión, en cuyo caso se produce una ruptura con la opinión pública.

➤ **Identidad:**

Es la esencia de una entidad, organización, grupo o pueblo. Es la verdad constituida por normas, valores, cultura, lenguaje de organización. La imagen la puede crear el asesor, pero la identidad la define el cliente.

2.3 Marco Teórico.

Siguiendo con el tema de investigación “Campaña de Relaciones Públicas para mejorar los gobiernos locales”.

El plan de relaciones públicas facilitará, la forma de buscar la integración de los usuarios de la Alcaldía municipal de Ayutuxtepeque y mantener un contacto cercano con los empleados de esta misma, por el cual se pretende utilizar los medios necesarios para mantener informado al usuario de lo que está sucediendo en la institución y en toda la municipalidad. Es por ello por lo que la alcaldía necesita el desarrollo de esta campaña, ya que ayudará a Con la implementación de esta se buscará una mayor participación de la población y empleados para conocer las opiniones que tienen estos públicos sobre las diversas actividades o la gestión misma de la alcaldía. Con esto se logrará integración y proyectar una imagen favorable para la institución, obteniendo así un mayor profesionalismo en las actividades y funciones dentro de la comuna.

Con esta campaña de Relaciones Públicas la Alcaldía municipal de Ayutuxtepeque dará a conocer proyectos, cambios y otras actividades que esté realizando la comuna tanto dentro como afuera de la institución.

Se buscará un acercamiento con el público externo (comunidades) por medio de actividades para que de esta manera puedan conocer el trabajo y puedan dar seguimiento a la gestión del Sr. Alcalde.

Capítulo III

Metodología de la Investigación.

3.1 Metodología.

Hace referencia al plan de investigación que permite cumplir ciertos objetivos en el marco de una ciencia. Cabe resaltar que la metodología también puede ser aplicada en el ámbito artístico, cuando se lleva a cabo una observación rigurosa. Por lo tanto, puede entenderse a la metodología como el conjunto de procedimientos que determinan una investigación de tipo científico o marcan el rumbo de una exposición doctrinal.

Cada método de investigación a emplearse dependerá de las características de la situación a estudiar y sus exigencias para entonces poder seleccionar el procedimiento que mejor se adapte a los objetivos planteados en el estudio.

Para presentar la campaña de relaciones públicas que va dirigida para mejorar los gobiernos locales, en este caso la Alcaldía Municipal de Ayutuxtepeque, dirigida por el alcalde Alejandro Nochez, decidimos implementar el método de investigación cuantitativo y cualitativo.

La intención de ambos métodos es exponer y encontrar la opinión que el pueblo de Ayuxtepeque, tiene sobre el alcalde y su equipo en gestión. La recolección de datos que realizaremos por medio de encuestas que se le harán a la población nos ayudara a determinar de qué forma la Alcaldía está

posicionada ante su público externo, las encuestas serán realizadas a personas que se encuentran en el centro de Ayutuxtepeque (mercado) utilizándose esta área ya que se considera que es un lugar con mucha afluencia de personas.

Por medio de los datos obtenidos en las encuestas se verán reflejada la opinión del pueblo que inclina su preferencia hacia al alcalde gracias a las cualidades que dicha gestión ha presentado.

En acción podemos basarnos que el pueblo puede ser ente generador de cambio y debe ser de gran ayuda para el alcalde ya que puede participar en el cumplimiento de obras prometidas por el alcalde y así ser parte de la ejecución del cumplimiento y el deber.

Y en el área etnográfica podremos conocer la cultura del pueblo de Ayutuxtepeque de tal manera que tendremos un conocimiento más amplio de como poder realizar una campaña de relaciones públicas para mejorar el municipio de Ayutuxtepeque y de su pueblo.

Participantes: El tipo de personas que se tomaron en cuenta esta investigación son personas que residen en el municipio de Ayutuxtepeque, personas mayores de los 18 años. Se opta tomar en cuenta a estas personas ya que solamente las personas que viven ahí saben la dificultad, carencia y estabilidad que se tiene en el municipio también se decide que sean mayores de 18 años porque son personas capaces de poder votar por una persona u otra. No se les pide ninguna otra característica en especial ya que con cumplir esas dos nos damos por satisfechos.

Método (medio): El método que se utilizó para darnos cuenta de la opción del pueblo fueron las encuestas presentadas y el medio fue la población disponible en el área céntrica de Ayutuxtepeque.

Instrumentos: Los instrumentos que se utilizaron para la recolección de datos fueron principalmente las preguntas realizadas por el grupo de investigación que se aplican para dar a conocer la opinión del pueblo.

Procedimientos: Los pasos que nos permitieron recolectar los datos y permitió responder al problema planteado fue la tabulación de datos ya que con esto tenemos una idea real que nos expresan los números para poder resolver inquietudes del pueblo.

Estrategia: Como etapa inicial investigaremos el mercado con las características de los datos, propiedades de las técnicas sumado a la experiencia que tendremos como investigadores con esto definiremos nuestra estrategia de análisis de datos.

Referencias:

- <https://www.lifeder.com/tipos-metodos-de-investigacion/>
file:///C:/Users/Propietario/Downloads/Investigaci%C3%B3n_Participativa.pdf
- <https://definicion.de/metodologia/>

- <http://www.monografias.com/trabajos106/eleccion-estrategia-analisis-datos/eleccion-estrategia-analisis-datos.shtml>
- <http://www.ub.edu/diccionarilinguistica/print/6820>
- Tesis "Relaciones Publicas, Campaña Universidad de Monterrey.

Capítulo IV

Análisis de Resultados.

4.1 Análisis de Resultados Obtenidos.

Con el fin de lograr los objetivos planteados al inicio de esta tesina, se creó una encuesta con el objetivo de conocer la opinión pública del público exterior y los puntos de mejora de la gestión de dicha alcaldía.

Las encuestas se plantearon en hojas de cálculo Excel con el fin de un mejor análisis y comprensión de los resultados.

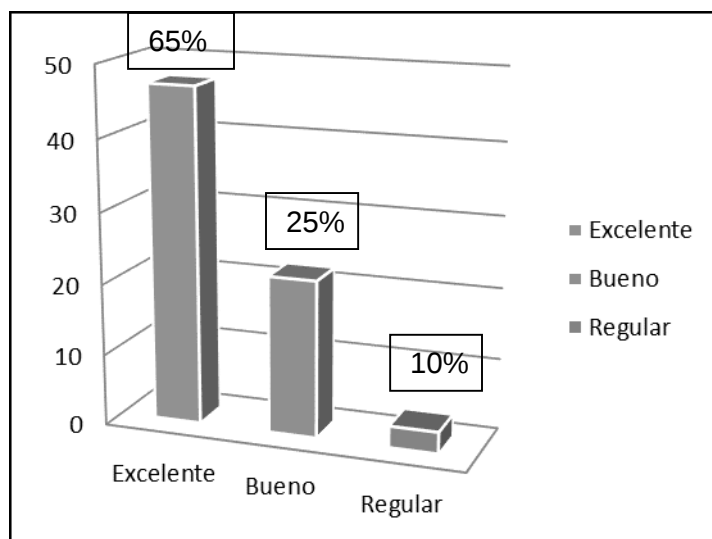
En este sentido, la respuesta a estas preguntas presuponen explicar y describir la forma como el pueblo percibe el quehacer de la alcaldía, los datos serán procesados, describiendo en la argumentación el énfasis por un análisis cuantitativo o análisis cualitativo de éstos y detallando el nivel de medición al que se pretende llegar a acceder siguiendo las escalas nominales, ordinales, de intervalo y de razón.

Opinión Pública.

Encuesta al público externo:

1) ¿Cuál es la opinión que tiene al respecto de la gestión que está realizando la Alcaldía de Ayutuxtepeque?

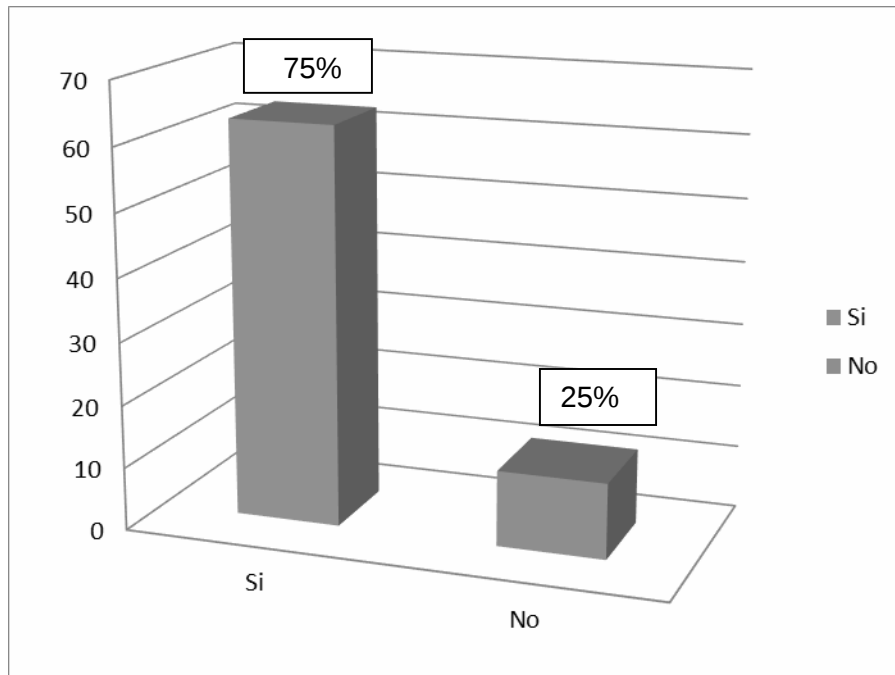
Respuesta	Datos
Excelente	65%
Bueno	25%
Regular	10%
Total	100%



Análisis: Como se refleja el gráfico al ser consultados sobre la opinión que tienen sobre la alcaldía el 65% manifiestan que es **excelente**, en tanto un 25% responden que es **bueno** y un 10% dicen que es **regular**.

2) ¿Usted cree que sus intereses están siendo representados en el actual gobierno municipal?

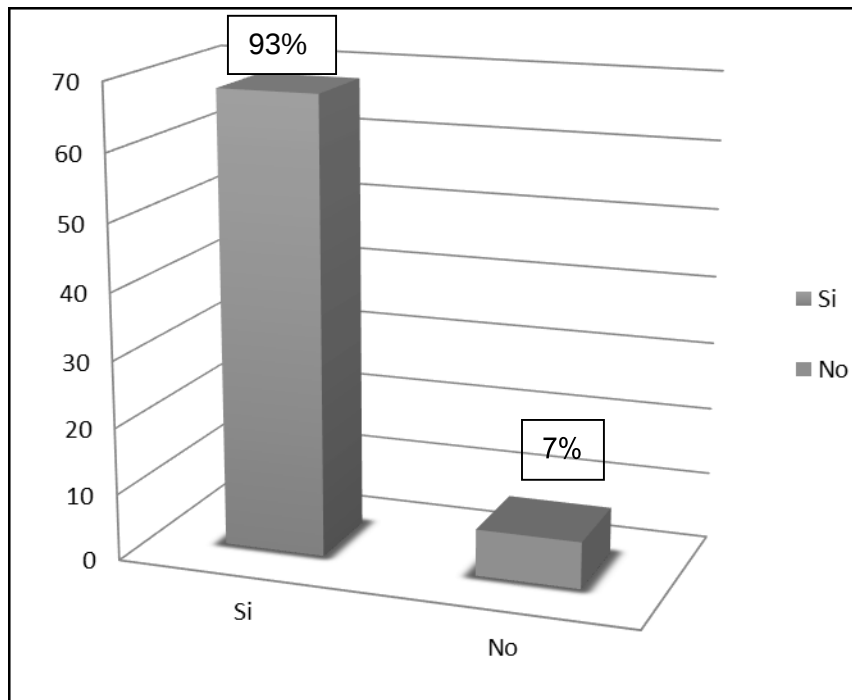
Respuesta	Datos
Si	75%
No	25%
Total	100%



Análisis: Como podemos notar de nuevo hay una tendencia positiva con respecto a la opinión de los pobladores, sobre si sus intereses están siendo representados en dicha gestión.

3) Tomando como las anteriores gestiones del Sr. alcalde, ¿usted confía en su trabajo para un tercer periodo?

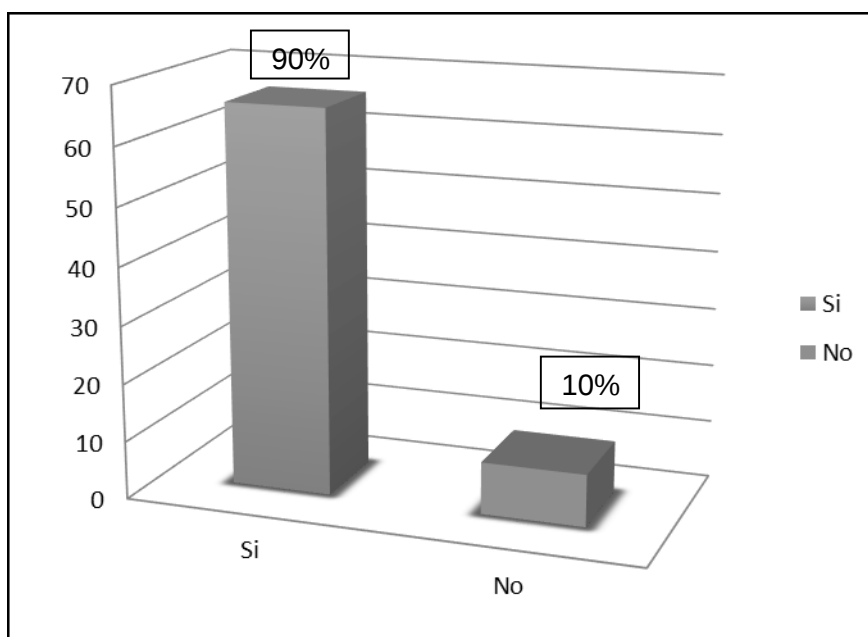
Respuesta	Datos
Si	93%
No	7%
Total	100%



Análisis: En esta pregunta notamos que a pesar de que no todos en la población de Ayutuxtepeque son simpatizantes del mismo partido, cuenta con el apoyo de la mayoría ya que sus obras se transforman en hechos y esta comuna se ha posicionado como una gestión de hechos no promesas.

4) ¿Considera usted que se le debe dar más dinero a la municipalidad para diversos proyectos?

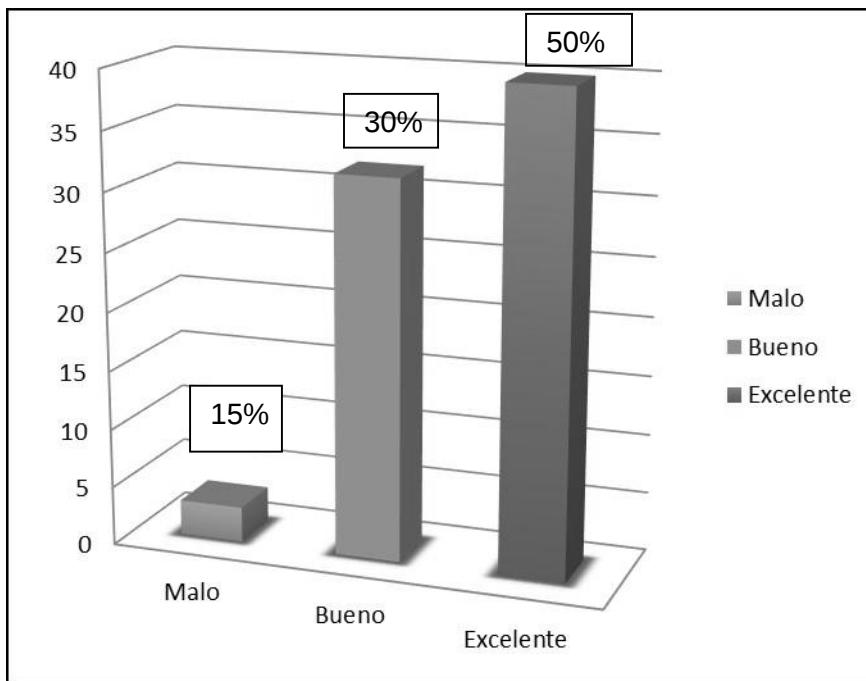
Respuesta	Datos
Si	90%
No	10%
Total	100%



Análisis: En esta incógnita investigamos acerca de la opinión que tiene los pobladores con respecto al presupuesto que cuenta la municipalidad, logramos notar que solicitan más dinero ya que lo ven reflejado en obras y proyectos de manera efectiva.

5) ¿Cómo considera que lo han tratado a usted cuando ha tenido que hacer trámites en la alcaldía?

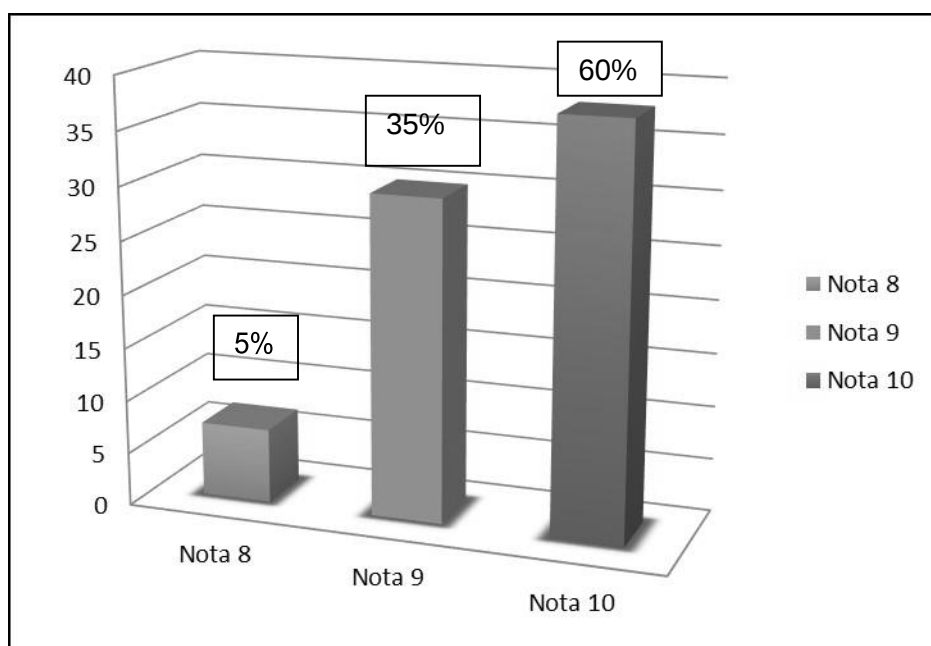
Respuesta	Datos
Malo	15%
Bueno	30%
Excelente	50%
Total	100%



Análisis: Una de las partes más importantes de es con respecto al servicio al cliente que presta dicha alcaldía, la tendencia de nuevo es positiva se encuentra entre bueno a excelente el servicio, recordemos que esto aporta mucho a la imagen que presenta la alcaldía.

6) Si usted tuviera que calificar los periodos anteriores del Sr Alcalde ¿Con cuál de las notas siguientes seria?

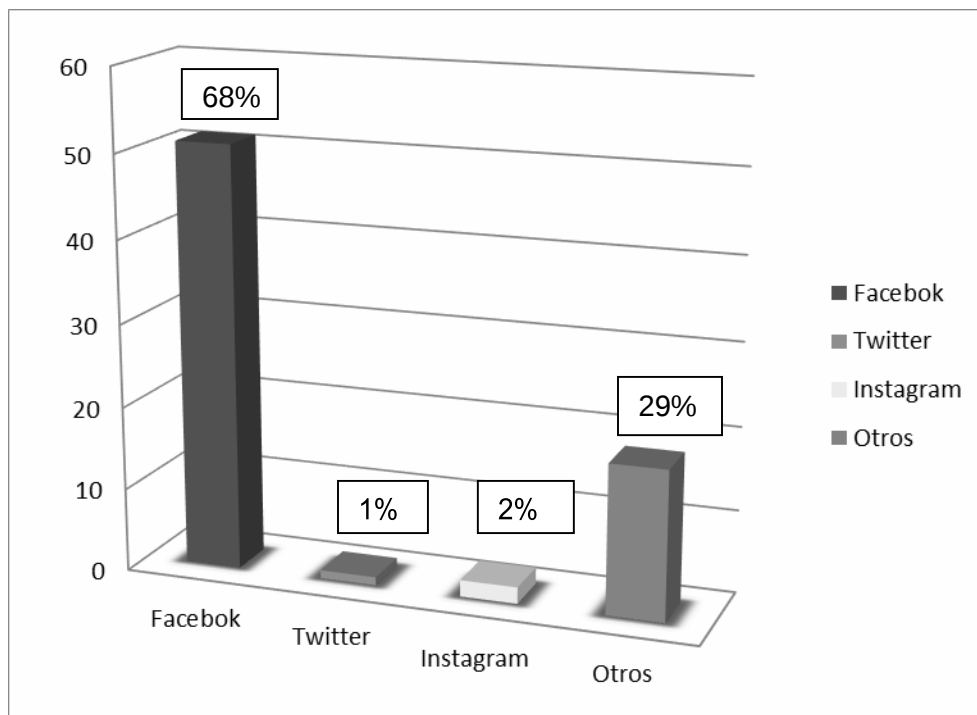
Respuestas	Datos
Nota 8	5%
Nota 9	35%
Nota 10	60%
Total	100%



Análisis: Una de las preguntas más importantes ya que todo el trabajo se resume a esto que calificación se le puede brindar tanto al Sr. alcalde como al trabajo de la alcaldía, donde se demuestra que la gente está muy satisfecha por el trabajo realizado y confían en el para continuar avanzando.

7) ¿Por cuales medios se entera acerca del trabajo de la alcaldía?

Respuesta	Datos
Facebook	68%
Twitter	1%
Instagram	2%
Otros	29%
Total	100%



Análisis: En la respuesta 7 "otros" no fue una opción, pero decidimos agregarla ya que varias personas nos comentaron que el Sr Alcalde entrega revistas trimestrales casa por casa y por medio de eso se enteran de lo que el alcalde realiza en dicha gestión.

4.2 Análisis General:

La alcaldía liderada por el Sr. alcalde Alejandro Nochez utiliza los medios virtuales para tener un mayor alcance, sin embargo, no se olvida del sector que no tiene acceso a un Smartphone o medios virtuales, por lo que habilita otros medios tales como informes trimestrales los cuales son impartidas en todo el municipio de esta manera cubriendo en su totalidad con su público externo.

También se realiza cada martes una actividad en la cual el Sr. alcalde abre las puertas de la alcaldía a las personas que quieran comunicarse con él, por turnos pasan uno a uno a conversar con el alcalde, tal vez por breves minutos, pero esta acción genera confianza en los pobladores, genera la impresión de una alcaldía abierta a escuchar a su público más importante y trabajar por ellos, sin embargo, aún hay muchos puntos en los cuales se puede mejorar.

4.3 Campaña de Relaciones Públicas

“Cada vez más cerca de ti, para servirte”

Definición de objetivos.

Como toda campaña, lo primero que se debe realizar son unos objetivos firmes. Para ello, lo mejor será analizar la situación actual de la Alcaldía para poder identificar cuáles son las fallas que esta podría tener y así poder brindar soluciones. A partir de ahí, tendremos que establecer cuál es el mayor reto, plantear un objetivo principal y unos objetivos secundarios, y comenzar con nuestra estrategia de Relaciones Públicas.

Objetivos:

Objetivo general.

- Crear una campaña de Relaciones Públicas que contribuya a mejorar la imagen municipal y la reputación de la Alcaldía Municipal de Ayutuxtepeque.

Definición de público.

Las Relaciones Públicas, como su nombre lo indica, se centra en la relación que establece una empresa o marca en este caso una entidad como la Alcaldía de Ayutuxtepeque con los diferentes públicos de su entorno. Normalmente, en términos de marketing lo que se debe es captar la atención de forma exclusiva en nuestro público principal, el público externo.

Sin embargo, es importante tener en cuenta a otros públicos, como, por ejemplo: los propios empleados de la Alcaldía, sus familiares, la prensa, etc.

En este contexto se habla de proponer un espacio virtual por medio de las redes de consulta.

En cuanto el público interno en la comuna se observó diversos murales informativos sin contar las numerosas reuniones o actividades para fortalecer el sentido de pertenencia hacia la comuna.

En el ámbito online, generalmente las acciones de relaciones públicas suelen centrarse en los influyentes, personas que por su gran visibilidad en redes sociales o con su blog, consiguen mover a masas

de personas que se podrían considerar público objetivo, afectando a sus patrones de consumo.

En definitiva, en esta fase se analizó el panorama para identificar a qué público se debe direccionar dicha campaña. Y una vez identificado, se analiza a fondo creando un claro perfil del mismo: gustos, aficiones, nivel económico, edad, costumbres, uso de las nuevas tecnologías, medios de referencia, etc.

Asimismo, se creó una base de datos de personas a las que se va a invitar a participar en la campaña.

A. Idea de la Campaña

Primeramente, se propone una campaña con un periodo inicial de 6 meses, ya que lo que se busca es que los resultados nos ayuden a visualizar lo que se puede lograr hacer y así poder que los habitantes de Ayutuxtepeque, los que aún no votan por el Sr. alcalde Alejandro Nochez les brinden su voto si es necesario para un próximo período, para eso esta campaña además de proponer un avance virtual, también ira de la mano con eventos que impulsen el prestigio de dicha Alcaldía.

La idea central es explotar lo positivo que ha hecho esta gestión en Ayutuxtepeque, pues de ahí se identificó que la clave al éxito es la cercanía a la gente

Ahora que ya se sabe cuáles son los objetivos y el público al que vamos a dirigirnos, se creará la idea de la campaña de Relaciones Públicas. Aquí, será importante dar rienda suelta a la creatividad para poder crear actividades y/o eventos que llamen la atención del público que deseamos impactar. Enviar una simple nota de prensa o realizar un evento de presentación sin un concepto realmente llamativo y acorde al concepto que necesitamos transmitir, suelen ser algunos de los mayores errores que se cometen, y que hacen que la inversión en esta campaña no sea tan rentable como lo esperado.

Lo que se busca en dicha campaña es fortalecer el rumbo de trabajo que se tiene, ha sido de manera exitosa como el Sr. alcalde Alejandro Nochez se ha dirigido a su público por lo cual queremos optimizar dichas iniciativas.

Público Externo:

- *Organización de eventos:*

La propuesta inicia con la organización de eventos que impulse la Alcaldía si bien existen muchos proyectos que han posicionado a esta institución favorable, se necesitan de eventos donde la comuna cree alianzas estratégicas.

Evento 1:

Carrera “Yo corro, yo limpio”



Esta iniciativa consiste en organizar una carrera con los habitantes de Ayutuxtepeque o incluso personas ajenas al municipio, con el fin de crear un evento atractivo que una a la familia.

La dinámica consiste en que la comuna determine una carrera, en la cual la meta es que los participantes recolecten desechos reciclables como plástico hierro etc. que vean que contamina los alrededores del municipio de Ayutuxtepeque.

La familia que llegue antes y recolecte más desechos reciclables gana dicho evento, como premios se proponen vales de supermercados o aun almuerzo familiar, ya que como se mencionaba anteriormente la intención es unir a la familia y limpiar nuestro municipio.

Patrocinadores: La comuna puede buscar alianzas para hidratar a los participantes como, por ejemplo: Agua Cristal, Gatorade, Cascada Etc.

Evento 2:

Nivelación de Estudios “Contigo Aprendo”



La Alcaldía de Ayutuxtepeque invita a toda la comunidad a participar en el programa Nivelación de Estudios contigo aprendo de 9 grado a bachillerato General, programa que impartirá la Alcaldía con la ayuda del ministerio de educación de manera gratuita para quienes quieran nivelar estudios.

Este programa que beneficiara a al pueblo de Ayutuxtepeque es totalmente gratuito, además, se contara con \$275.00 que servirá para la compra de los materiales didácticos que se utiliza y un pequeño refrigerio, ya que es un apoyo mutuo con el ministerio de educación, ellos brindaran de igual manera material didáctico, esto ayudara de gran manera a que a la Alcaldía le corresponda un gasto menor.

Requisitos:

Inscripción del 15 de agosto al 15 de septiembre.

Mayor de 15 años.

Fotocopia Dui. // Partida de Nacimiento.

Deseos de superarse.



Propuestas Virtuales



- *Consulta a tu Alcaldía:* La idea central es proporcionar un número de WhatsApp el cual será manejado por una persona encargada solamente de este programa con el fin de dar la mejor atención posible, se utilizara con un horario de lunes a viernes de 9:00am a 7:00pm en el cual se brinde información casi instantánea al pueblo, así como también será un medio para que el pueblo comunique problemas a la mayor brevedad posible teniendo la ventaja virtual de recibir imágenes y videos de dichas problemática, al momento que la persona encargada reciba un mensaje de alguna queja o petición, esté la trasladara por medio del correo institucional, así la persona encargada de resolver estas peticiones, la incluirá a su listado de manera que se puedan resolver lo más pronto posible.
- *¿Qué nos falta?:* esta será una encuesta que se pasará una vez al mes a las personas que visitan la página de la Alcaldía tanto por medio virtual (por medio de Facebook encuestas on line) donde la gente dejará plasmada a su parecer los puntos que a la alcaldía le falta por tocar o abordar.

- Por medio del **WhatsApp** de la alcaldía igual utilizando la herramienta del “estado” notificar a los ciudadanos eventos próximos así si tiene curiosidad igual pueden preguntar sobre dicho evento, es necesario aclarar que para la utilización correcta de esta herramienta debe estar a cargo de una persona que esté de lleno solamente para este tipo de consultas, es necesario que este empapado de toda la información y futuros eventos de la alcaldía.
- *Respuesta segura:* En la presente investigación ya se habló de un uso excelente de los medios virtuales para comunicar las acciones elaboradas por la alcaldía y eficaces para contestar por medio de mensajes de dichas redes, sin embargo en la caja de comentarios de la página de la Alcaldía se observan numerosas opiniones y calificaciones a la comuna, tanto buenas como malas, muchos haciendo notar dificultades en diferente zonas sin respuesta, se propone la elaboración de una plantilla para plasmar en estos comentarios como:

“Te agradecemos mucho tu opinión, te hemos enviado un inbox para saber más acerca de esto y le podemos dar información o solución al respecto.

Tenga un buen día”.

De esta manera al mismo tiempo comunicarse con la persona así la comunidad sentirá que la alcaldía tiene el interés debido para ayuda o esclarecer lo ocurrido.

Público Interno:

Estas propuestas surgieron al hablar con el Sr Alcalde, ya que nos mencionaba que buscaba los medios por el cual darles A sus empleados un espacio para expresarse sin el temor a las consecuencias por su opinión, por lo tanto, se propone:

- Correo anónimo de sugerencia: para sembrar el sentido de pertenencia el empleado se debe tener la confianza plena de expresarse y ser escuchado por eso se propone un buzón en el cual anónimamente pueden sugerir y ser escuchados.
- FERIA de consulta médica interna: Establecer fechas en especiales para que el trabajador pase consulta y sin excepción para demostrar que el recurso más valioso de trabajo es ellos y por lo tanto hay que cuidarlo.
- Léeme e infórmate: Se realizarán murales informativos con más dinamismo, esto se obtendrá al estar actualizando constantemente la información para mantener el interés de los trabajadores en las actividades que se hacen y en las que ellos forman partes para fomentar el orgullo como alcaldía cuyo objetivo es servir a la gente.

En este sentido, es realmente importante tener cuidado con las campañas con influyentes. Es un público cada vez más exigente con propuestas, de ahí que sea realmente importante que desde el primer contacto con uno de ellos le plantees algo que capte su atención e interés. De lo contrario, probablemente obvies el resto de mensajes o propuestas que le envíes.

A. Preparación de campaña

Ahora que ya se ha determinado que tipo de campaña se debe implementar, se debe comenzar a preparar insumos y todos los recursos informativos que se necesitará para ella: vídeos, material promocional, organización de los eventos, notas de prensa u otros recursos, la cantidad que se elaboraran y el uso de estos se llevaran a cabo dependiendo del presupuesto que la Alcaldía pueda brindar para icho evento. Se debe realizar lo más creativo posible de cara a captar la atención de nuestro público de la campaña. Crear un material específico en función de las características del público al que te estás dirigiendo.

Para esto se determinaron los eventos dichos anteriormente ya que se deduce la promoción y organización funcionan como corazón de nuestra campaña y claro darle continuidad a la efectiva resolución de problemas de la comunidad que ha desarrollado en esta gestión el Sr. alcalde Nochez

Estrategias: Como se ha mencionado repetido una y otra vez en esta propuesta la estrategia será acercarse más aun a nuestra comunidad e impulsar la unión en familia con eventos.

Tácticas: Para llevar a cabo estos eventos e iniciativas se necesitan las herramientas adecuadas como también las alianzas estratégicas para que la campaña sea exitosa, por eso se mencionan patrocinadores e incluso el apoyo con el ministerio de educación.

En cuanto las fechas para estos eventos se proponen fechas populares o de fácil acceso para nuestro público meta.

B. Envío de información

Una vez que está todo preparado, llega el momento de enviar la información. Hay que recordar que el modo de dirigirse a cada persona en una campaña de Relaciones Públicas ha de ser totalmente personalizado. Es cierto que se puede tener una base de información creada para todos igual, pero es importante saber a qué tipo de personas se le enviara el mensaje para que sientan que son personas que han sido elegidas para participar en esta propuesta o evento.

C. Análisis de resultados

Finalmente, una vez que haya finalizado la campaña de Relaciones Públicas, se debe realizar un análisis final de los resultados obtenidos.

4.4 Cronograma de Actividades

Campaña: “cada vez más cerca de ti, para servirte”

Actividades	1 MES	2 MES	3 MES	4 MES	5 MES	6 MES
	Nº SEMANAS	Nº SEMANAS	Nº SEMANAS	Nº SEMANAS	Nº SEMANAS	Nº SEMANAS
	1 2 3 4	1 2 3 4	1 2 3 4	1 2 3 4	1 2 3 4	1 2 3 4
Capacitación y Preparación						
Lanzamiento campaña						
Carrera "Yo corro, yo limpio"						
Promoción Carrera						
Programa Nivelación de estudios "Contigo Aprendo"						
Promoción Nivelación de Estudios						
Campaña virtual						
Consulta público interno						
Promoción de actividades						
Entrega de resultados de Campaña						

4.5 Presupuesto.

“Yo corro, yo limpio”

Actividad	Costo
5 Gif Card (primeros 5 lugares)	\$125
5 Almuerzos (Pollo Rostizado)	\$25
Perifoneo evento	\$60
Patrocinadores (Gatorade y Agua)	\$ 120
Pintacaritas	\$60
Protocolo de Decoración	\$100
Total:	\$490

“Nivelación de estudios contigo aprendo”

Duración: 6 meses

Actividad	Costo
Insumos didácticos (Papelería)	\$200
Refrigerio cada domingo	75\$
Total:	\$275

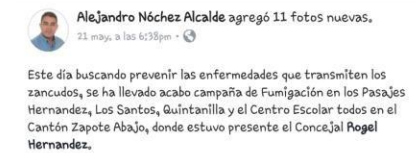
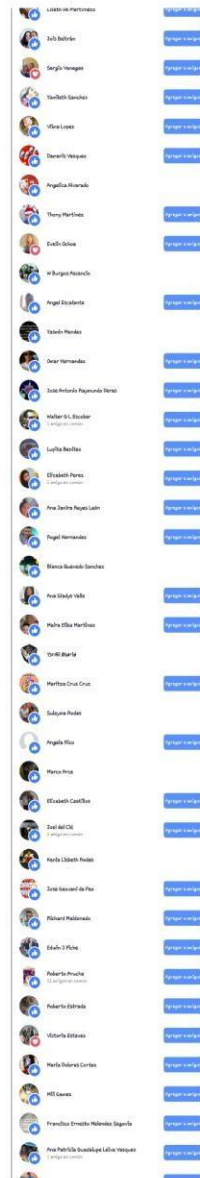
Campaña virtual:

Actividad	Costo	Plataforma
WhatsApp paquete mensual + chip	\$20	Digital
Celular gama media	\$145	Digital
Campaña vía Facebook	\$ 350 (6 meses)	Virtual
Personal multimedia (Persona encargada de utilizar las redes sociales)	\$1800 (6 Salarios mínimos)	Capacitación
Promoción de Campaña	\$ 250	(Boletines mensuales, eventos etc.)
Total:	\$2600	

Presupuesto total:

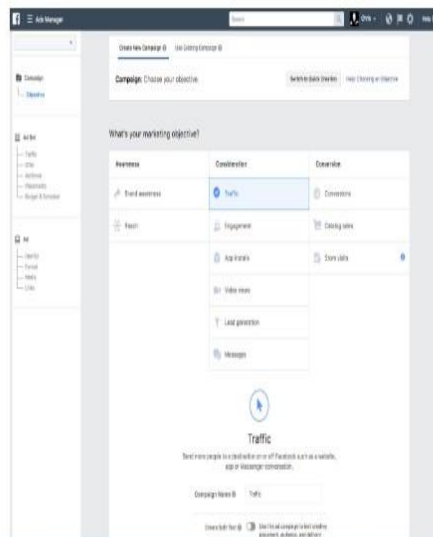
Actividad	Costo
"Yo corro, yo limpio"	\$490
"Nivelación de estudios contigo aprendo"	\$275
Campaña virtual:	\$2600
Costo Total:	\$ 3400

Forma de emplear nuestras publicaciones.



Facebook

La subasta de anuncios determina qué anuncios deben mostrarse a qué personas. Mediante información que proporcionas en el proceso de creación de anuncios, la subasta muestra tu anuncio a las personas con mayores probabilidades de estar interesadas en él, por el precio de tu puja o menos, y nunca por más.



En el proceso de creación de anuncios, defines parámetros que la subasta usará para mostrar tus anuncios a las personas, entre los que se incluyen:

Presupuesto

Tú defines el presupuesto de tu anuncio (un importe total que quieres gastar cada día o a lo largo de la campaña) y puedes editarlo en cualquier momento. También defines una puja (el importe máximo que estás dispuesto a pagar cuando alguien vea tu anuncio o realice la acción deseada).

Budget & Schedule
Define how much you'd like to spend, and when you'd like your ads to appear.

Auction Predictable Reach and Frequency

Budget ⓘ **Daily Budget** ⓘ
\$10.00 USD

Actual amount spent daily may vary. ⓘ

Schedule ⓘ ☒ Run my ad set continuously starting today
☐ Set a start and end date

You'll spend no more than **\$140.00** per week.

[Show Advanced Options](#) ▼

Opciones para todos

Para facilitar la compra de anuncios a las empresas y agencias, tenemos dos opciones de compra de especialidad. Estas opciones permiten que los anunciantes que están acostumbrados a comprar reconocimiento de marca y medios de televisión compren anuncios de Facebook, Instagram y Audience Network de forma similar.

Alcance y frecuencia

Cuando quieres que tu campaña publicitaria llegue a más de 200.000 personas, la compra de alcance y frecuencia te ofrece un envío de anuncios controlado y predecible a un precio fijo. El acceso al tipo de compra de alcance y frecuencia se está implementando en este momento para anunciantes que cumplen los requisitos, por lo que es posible que no esté disponible todavía para ti.

Capítulo V

Conclusiones.

El objetivo fundamental de esta tesis era abordar el problema que se da en la alcaldía de Ayutuxtepeque, de manera que por medio de entrevistas y encuestas se diera a conocer la opinión que las personas tienen de la alcaldía, y aportar una solución mediante la presentación de una “Campaña de Relaciones Publicas para mejorar el gobierno local” en este caso la campaña que se lanzó lleva como nombre (Cada vez más cerca de ti, para servirte) con el fin del mejorar la imagen de la alcaldía y la opinión que el pueblo tiene sobre esta.

Así pues, la aportación de esta campaña sirve para que el alcalde tenga una mejor comunicación tanto con su público externo que en este caso es la municipalidad y con su público interno que son los empleados que le ayudan a que toda obra pueda ser posible.

En esta tesis se concluye que al utilizar de buena manera los medios de comunicación ayudan de gran manera efectiva para poder entrar en la mente del público, siendo persuasivo mediante la demostración de las obras que como alcalde cumple.

El resultado de este trabajo le servirá al alcalde para mejorar áreas en las que está fallando, y así de igual manera ayudará para que el pueblo tenga la posibilidad de comunicarse con él, siendo estos medios utilizados por una persona con conocimientos en el área.

Cabe resaltar que el alcalde ya cuenta con un día programado a la semana para poder recibir inquietudes, quejas, peticiones o agradecimientos que el pueblo tiene hacia él, pero también se les muestran más posibilidades para que la comunicación pueda ser más inmediata.

REFERENCIAS.

Aced, C. (2013). *Relaciones públicas 2.0 cómo gestionar la Comunicación corporativa y el entorno digital*. Barcelona, España: OEC.

Alloza Aparicio, A. (2013). *Reputación corporativa*. Madrid, España: Lid.

Castillo Esparcía, A. (2010). *Introducción a las RRPP*. Málaga, España: Universidad de Málaga.

Anexos



Vanessa
Inicio

ALCALDIA MUNICIPAL DE AYUTUXTEPEQUE
A TU SERVICIO

Alcaldía Municipal de Ayutuxtepeque
@AlcaldiaDeAyutuxtepeque

Inicio

Información

Fotos

Opiniones

Eventos

Videos

Publicaciones

Te gusta
 Siguiendo
 Recomendar
 ...

Municipio en Ayutuxtepeque

3,9

Cerrado ahora

Comunidad

Ver todo

Invita a tus amigos a indicar que les gusta esta página

A 4.418 personas les gusta esto

4.402 personas siguen esto

Bea Pineda y 4 amigos más indicaron que les gusta esto o registraron una visita

Información

Ver todo

Primer Calle Barrio, Casa 1

51

Entrevista al señor alcalde. Lic. Alejandro Nochez

1 - ¿Qué le motivo a lanzarse a la alcaldía?

Ver el municipio estancado, no ver realmente un progreso ya que el formaba parte del partido ARENA decidió trabajar por un bien común para el municipio.

2- ¿Cuál ha sido su logro mas grande como alcalde?

Realmente ninguno, sino hacer de la comunidad logros comunales, que es lo que más necesita la población, y algo que más ha logrado hacer en estos 6 años de gestión es haber cambiado la vida de mucha gente con proyectos de calles y espacios públicos.

3- ¿Con base a las peticiones que la población le hace en que tiempo logra resolverlas?

Depende porque hay distintas peticiones, hay cuestiones de mucha urgencia y emergencia que se resuelven casi que a la brevedad.

4- ¿Cuáles fueron sus promesas de campaña para el segundo periodo?

La verdad no cree en promesas el cree en hechos, porque es así como uno debe de trabajar cumpliéndole a la gente y comunidades.

5- ¿Con respecto a la divulgación del trabajo de la comuna con redes sociales como lo hace?

Aclarar que no solamente es por redes sociales, también se cuenta con otro suplemente que se distribuye trimestralmente y es ahí donde se da a conocer lo que se ha desarrollado en los últimos 3 meses.

6- ¿Cuál ha sido la clave para que la gente vuelva a confiar en usted en un nuevo período?

La clave es. No mentir

Saber decir no

No colores partidarios

No perder contacto con la gente.

