

**UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
CARRERA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
SOCIAL**



TRABAJO DIRIGIDO

**“PÁGINA WEB PARA APOYAR LA COMUNICACIÓN
INTERNA DEL GOBIERNO AUTÓNOMO MUNICIPAL
DE EL ALTO”**

AUTORAS: TIÑINI TIÑINI CARMEN
FLORES NOLASCO CELINA FRIDA

TUTOR: LIC. IVAN MIRANDA BALCAZAR

**LA PAZ - BOLIVIA
2014**

**PÁGINA WEB PARA APOYAR LA COMUNICACIÓN
INTERNA DEL GOBIERNO AUTÓNOMO MUNICIPAL
DE EL ALTO**

DEDICATORIAS

A Dios, por la vida que nos ha permitido hasta este momento.

Dedicamos también este Trabajo Dirigido en especial a nuestros padres, que nos ayudaron con sus consejos, en lo económico y por amor.

A amigos, al brindarnos ayuda en los momentos de dificultad.

AGRADECIMIENTOS

A cada uno de los miembros de nuestra familia por el apoyo que nos proveyeron.

A los funcionarios públicos de la Unidad de Capacitación de Personal del Gobierno Autónomo Municipal de El Alto, por la colaboración que nos dieron.

Al Lic. Iván Miranda, que nos brindó su conocimiento, paciencia y su entrega al impartirnos sus consejos.

RESUMEN: PÁGINA WEB PARA APOYAR LA COMUNICACIÓN INTERNA DEL GOBIERNO AUTÓNOMO MUNICIPAL DE EL ALTO.

El diseño de página Web ¹para la Unidad de Capacitación de Personal del Gobierno Autónomo Municipal de El Alto, con el fin de mejorar la comunicación interna² de la institución, los servidores públicos sean informados sobre programas permanentes de capacitación y actualización, que se realiza en el G.A.M.E.A., para que la participación sea con más periodicidad.

Teniendo presente la necesidad que existe en la actualidad de mantenerse informado acerca de los diferentes programas de capacitación y actualización, que son realizados por parte de la Unidad de Capacitación de Personal, tener a disposición información actualizada acerca de las actividades que se desarrollan, así como realizar las consultas de temas de actualización y capacitación para las servidoras y servidores públicos, además de la publicación de fechas, horarios, planillas, formularios de inscripción de manera anticipada y material para las capacitaciones, para que los mismos funcionarios públicos puedan estar informados de manera actualizada desde su misma oficina con la página web; asimismo, los funcionarios públicos tengan la participación con periodicidad en los programas permanentes.

Así también, la aplicación de la Página Web³ de la Unidad de Capacitación de Personal del Gobierno Autónomo Municipal de El Alto, apoyando la comunicación interna de los funcionarios públicos del Municipio alteño, sobre los programas de capacitación⁴ y actualización, ya que los cursos están orientados a calificar el Talento Humano de la entidad, de manera que puedan adquirir conocimientos para aplicar en sus diferentes labores diarias así fortalecer y responder las demandas de la población alteña. El contenido de este documento está basado en el diseño y la aplicación de nuestra página web.

¹DISEÑO DE PÁGINA WEB: Actividad que consiste en la planificación, diseño e implementación de páginas Web.

² COMUNICACIÓN INTERNA: Es la comunicación dentro de una organización.

³ PÁGINA WEB: Son textos escritos en lenguaje HTML (HypertextMarkupLanguage), que se transfieren entre los servidores de WWW.

⁴CAPACITACIÓN: Es un conjunto de procesos organizados de carácter estratégico, mediante el cual el personal adquiere y desarrolla conocimientos.

**ABSTRACT: WEB PAGE TO SUPPORT INTERNAL COMMUNICATION
AUTONOMOUS MUNICIPAL GOVERNMENT HIGH.**

The website design⁵ for the Training Unit Personnel Autonomous Municipal Government of El Alto, with in order to improve internal communication⁶ of the institution, public servants are informed about training programs and specialization which is done in the G.A.M.E.A. to make participation more regularly.

Mindful of the need that there are actually to stay informed about the different training programs and actualization, are performed by the Unit Staff Training, make available current information about activities that develop information and make inquiries areas for education and training for public servants, besides publishing dates, schedules, forms, registration forms early and materials for the training, so that they can be informed officials so updated from the same office with the website, public officials also have periodically participation in ongoing programs.

Also, the implementation of the Website page⁷ of the Training Unit Personnel Autonomous Municipal Government of El Alto, supporting the internal communications of public officials El Alto Municipality on training programs and update⁸, since the courses are aimed at qualifying the Talent entity, so that they can acquire skills to apply in their different daily tasks and respond well to strengthen the demands of the population of El Alto. The content of this document is based on the design and to implement our web page.

⁵ THE WEBSITE DESING: It is activity about planification dising, implementation website page.

⁶ INTERNAL COMUNICATION: It is internal communication of organitation.

⁷ WEBSITE PAGE: There are writed books in HTML that are taking between the servers www.

⁸ CAPACITATION: This is a process whole organized of estrategic carácter, that to get personal and knowledge development.



CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

1. INTRODUCCIÓN

Al estudiar una carrera como comunicación, se tiene un constante contacto con la sociedad, así que es difícil no sentirse sensibilizado con cualquier situación.

El presente Trabajo Dirigido, surge con el motivo de apoyar la comunicación interna del Gobierno Autónomo Municipal de El Alto, para que servidores públicos tengan una información actualizada de programas de capacitación que realiza la Unidad de Capacitación de Personal.

Así también, tomando en consideración que a través del internet se obtiene con facilidad la información requerida de cualquier tipo, con la oportunidad de presentar una página web que presta todos los servicios necesarios con rapidez, seguridad y actualidad para la Unidad de Capacitación de Personal del Gobierno Autónomo Municipal de El Alto.

Por tanto, la página web desarrollada con la finalidad de apoyar la comunicación interna del Gobierno Autónomo Municipal de El Alto, mantener informado tanto a Oficiales, Directores, jefes, servidoras y servidores públicos del Municipio alteño, para que la participación sea con mayor periodicidad en distintos programas de capacitación y actualización que realiza la institución, para que incremente la competitividad y propicie la productividad laboral hacia el Municipio utilizando tecnología actualizada y contribuyendo así el progreso del Gobierno Autónomo Municipal de El Alto.

Según las necesidades de fuentes de información (Oficiales, Directores, jefes, servidoras y servidores públicos del Gobierno Autónomo Municipal de El Alto), mediante la recopilación de datos obtenidos, se desarrolló la Página Web para la Unidad de Capacitación de Personal.

También, se presenta un análisis de la Página Web donde muestra necesidades, soluciones y beneficios para funcionarios públicos del Gobierno Autónomo Municipal de El Alto.

1.1. JUSTIFICACIÓN

El propósito de este Trabajo Dirigido es crear una página Web para la Unidad de Capacitación del Personal del Gobierno Autónomo Municipal de El Alto y proporcionar una herramienta de comunicación al Municipio, donde sea fácil el acceso a la información pertinente a ésta, brindando un recurso multimedia para el buen aprovechamiento de los recursos tecnológicos.

La implementación de este sitio web, permitirá a servidores públicos, conocer datos sobre cronograma, programas permanentes de capacitación, horarios de atención, formularios de inscripción, manual y material para las capacitaciones, notificaciones, siendo de gran uso para la institución.

El proyecto beneficiará directamente a 1500 servidores públicos, optimizando el interés por su Institución y sentido de pertenencia con la misma, haciendo de este modo que sea factible un acercamiento entre las diferentes oficinas, direcciones y unidades del Municipio de El Alto.

Vale la pena anotar que aunque gran parte de la información relacionada con la Institución, se consigue por medio impresos como afiches, notas en agenda, manual de convivencia y circulares de información; la mayor parte de esta es tergiversada o no comprendida en su totalidad creando problemas serios en los canales de comunicación. En otras ocasiones, muchos de servidores públicos, les queda difícil acercarse a la Unidad de Capacitación de Personal para saber sobre cronogramas de programas permanentes de capacitación o eventos específicos de su jornada, y otros.

También es importante mencionar que se cortará costos operativos referentes a las carteleras informativas, para la publicación de programas de capacitación, reclamos, comunicaciones, entre otros; ya que no será necesario realizar impresiones, con lo que se retendría recursos e insumos que comúnmente se utilizan para tal fin. En la institución podrán disponer a través de una página web, documentación e información de forma veraz, ágil y una actualización continua dándole además la posibilidad de intercambiar ideas y realizar aportes a la Unidad de Capacitación de Personal, que ayuden a mejorar procesos dentro del Municipio de El Alto.

Con todo lo anterior es notable el beneficio común planteado en el proyecto para toda la institución, ya que no solo mejora la atención de esta en procesos logísticos y pedagógicos sino que mejorará notablemente los canales de información entre miembros pertenecientes a esta

institución.

El presente Trabajo Dirigido busca la creación de un página Web, que contenga aplicativos prácticos y variados los cuales centren la atención e interés de funcionarios públicos del municipio al acceso a información vigente de su Institución, agilizando procesos, disminuyendo tiempos en trámites que se pueden hacer visitando este sitio Web, el cual se puede diseñar y mantener actualizado con la tecnología existente en la institución.

Con la página web se pretende que el servidor público del G.A.M.E.A., sea capacitado y actualizado sobre temas de mayor importancia y ser beneficiado de manera que puedan adquirir conocimientos para aplicar en sus diferentes labores diarias así fortalecer, responder las demandas de la población alteña, y optimizar en la calidad de atención al público, sepa cómo actuar en días de problemas para que la solución sea la más eficaz y eficiente ante nuestros sucesores.

1.2. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA O SITUACIÓN A RESOLVER

La Unidad de Capacitación de Personal del Gobierno Autónomo Municipal de El Alto, presenta dificultades en relación de comunicación e información entre servidores y servidoras públicos para la participación en diferentes programas permanentes de capacitación y actualización que realiza la misma unidad, se detectó con un diagnóstico que se hizo en la institución, el 56% de servidores públicos no asisten a capacitaciones por falta de información de la unidad encargada; asimismo el 90% de funcionarios públicos encuestados aceptan que la comunicación interna es deficiente en el Gobierno Autónomo Municipal de El Alto; por lo tanto, existe menor participación por falta de información.

Existe falta de circulación de comunicación e información, tanto administrativo, por parte de los directos encargados de la Unidad de Capacitación de Personal, estos son: Oficiales, Directores, Jefes, servidoras y servidores públicos. Es paradójico que en una Unidad de Capacitación de Personal de la institución estatal, no transmita información efectiva e inmediata, empleando lo más básico que es la palabra oral, escrita y audiovisual; ya que es la unidad encargado en el marco de capacitación y actualización en términos de eficiencia, calidad y servicio a nivel Municipal.

Las servidoras y servidores públicos del Municipio de El Alto, según el reglamento interno de la

Unidad de Capacitación de Personal del Gobierno Autónomo Municipal de El Alto; en el “Capítulo V, Artículo 16, Parágrafo I, J, K, señala que cada uno de funcionarios públicos están obligados a ser capacitados y acumular 20 horas (Administrativos y personal de servicios), 30 horas (Profesionales y técnicos operativos), 50 horas (Oficiales Mayores, Directores, Jefes de Unidad y Sub-alcaldes)”,(REGLAMENTO INTERNO.2014:6)⁹ de capacitación anual programados por la Unidad de Capacitación de Personal, por lo tanto, necesitan estar informados para programas permanentes de capacitación y actualización, así optimizar la comunicación interna en el ejercicio de calidad, eficiencia y eficacia dentro de sus funciones que desempeñan en el Gobierno Autónomo Municipal de la ciudad de El Alto.

1.3. PROBLEMA.

La Unidad de Capacitación de Personal, viene desarrollando un conjunto de programas de capacitación y actualización a nivel Municipal sin ningún resultado y con menor participación, debido a la ausencia de un medio de comunicación que informe a servidoras y servidores públicos de manera pertinente.

Por tanto se plantea la siguiente problemática:

¿Será que la creación de una página web, pueda apoyar la comunicación interna del Gobierno Autónomo Municipal de El Alto?

Los argumentos teóricos y prácticos de esta investigación se condensan en los siguientes aspectos:

CUADRO N°1: ENFOQUE TEÓRICO Y PRÁCTICO

Enfoque teórico	Enfoque práctico
Comunicación interna institucional	Diseño y aplicación de una página web
Programas de capacitación y	Calidad en la atención a los públicos del

actualización	municipio
Recursos humanos de alta calidad	Servidores públicos eficientes y eficaces en la gestión pública

FUENTE: Elaboración propia 2014

La instancia de operacionalización de este proyecto es la Unidad de Capacitación de Personal del Gobierno Autónomo Municipal de El Alto, donde aún existen dificultades y debilidades manifiestas en la calidad de atención a los públicos que concurren a las oficinas de esa institución estatal.

1.4. OBJETIVOS.

1.4.1. OBJETIVO GENERAL.

Crear una página web para apoyar la comunicación interna del Gobierno Autónomo Municipal de El Alto.

1.4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.

1. Realizar un diagnóstico en el Gobierno Autónomo Municipal de la ciudad de El Alto.
2. Diseñar página web para servidores públicos, y tengan información oportuna sobre programas de capacitación y actualización que prepara el municipio de El Alto.
3. Implementar la página web en la Unidad de Capacitación de Personal, para reducir el tiempo del trayecto de información para servidores públicos, sobre capacitaciones permanentes, así poder apoyar la comunicación interna del Gobierno Autónomo Municipal de El Alto.
4. Fortalecer el trabajo de la Unidad de Capacitación de Personal del Gobierno Autónomo Municipal de El Alto, mediante una eficiente comunicación e información del desarrollo de los programas de actualización para servidores públicos.
5. Conservar una fluida comunicación e información entre funcionarios públicos de Sub Alcaldías, Oficialías, Direcciones y Unidades del Municipio de El Alto.

CAPÍTULO II

MARCO REFERENCIAL

2. MARCO REFERENCIAL

2.1. HISTORIA DE LA CIUDAD DE EL ALTO.

El Alto es una ciudad ubicado en el departamento de La Paz, (Provincia de Murillo). Forma parte del Área metropolitana de La Paz, con la que forma la segunda aglomeración urbana más grande del país después de Santa Cruz de la Sierra. Se encuentra a una altitud de 4.070 msnm lo que la hace la segunda ciudad más alta del mundo.

En el Municipio Alteño se encuentra el Aeropuerto Internacional El Alto y el Comando de la Fuerza Aérea Boliviana, posee una gran actividad comercial minorista. Existen fábricas y plantas de procesamiento de hidrocarburos, también es lugar de exportación de recursos minerales del país y materia prima procesada, así como también es sede de la Universidad Pública de El Alto (U.P.E.A.). El Alto cuenta con una orquesta sinfónica además de museos y otras instituciones culturales menores. Esta misma actividad comercial es la que la llevó a su desarrollo y éxito poblacional.

Así también, denominada una de las ciudades más jóvenes de Bolivia, el 6 de marzo de 1985, el Congreso Nacional sancionó la Ley 728, que dice: “La Ley 1014, del 26 de septiembre de 1988, eleva a rango de ciudad a la capital de la cuarta sección municipal de la provincia Murillo del departamento de La Paz, a partir de ese momento es la ciudad de El Alto. (GAMEA, Organigrama: 7)¹⁰

El Alto tuvo su punto más alto en la toma de decisiones para nuestro país, cuando esta ciudad se levantó por la defensa de recursos de hidrocarburos (gas y petróleo). El Alto se sublevó contra políticas de un gobierno ajeno a los intereses nacionales que no ha atendido demandas básicas de pobreza, exclusión, empleo, vivienda, mejoras salariales, atención a la educación, salud, construcción de carreteras y mejor distribución de tierras, la falta de oportunidades laborales, donde la precariedad de inestabilidad, bajos salarios e ingresos, inseguridad laboral, han hecho insostenible la situación de vida de la mayoría de las familias.

En mayo y junio del 2005, el pueblo alteño, respaldando por el pueblo boliviano, exige a poderes del estado, Nacionalización de los Hidrocarburos, Asamblea Constituyente y Juicio de Responsabilidades. Demandas que han sido postergadas por la convocatoria a Elecciones Generales.

2.2. BASE LEGAL DEL MUNICIPIO DE EL ALTO.

La base que sostiene todas y cada una de las acciones del Gobierno Autónomo Municipal de El Alto, desde su creación como una Sección de la Provincia Murillo, con su capital El Alto, mediante Ley 728 de 6 de Marzo de 1985, en la Ley de Municipalidades, la Ley de Descentralización y la Ley de Participación Popular entre las más importantes.

La ciudad de El Alto fue elevada al rango de ciudad, por la Ley 1014 de fecha 28 de septiembre de 1988, el mismo que dio lugar a la división de las ciudades de La Paz y El Alto, asumiendo los límites urbanos definidos por la ley del 22m de diciembre de 1968. (GAMEA. Organigrama 2014: 8, 11)¹¹. La Constitución Política del Estado (CPE) de 2 de febrero de 1967 y la ley N°1585 de Reforma de la CPE de 12 de agosto de 1994, Artículos 200 al 206 y la Ley N°1615 de 6 de febrero de 1995 de adecuaciones y concordancias de la CPE.

La Municipalidad se constituye en un gobierno local autónomo, en la entidad de derecho público con personalidad jurídica reconocida y patrimonio propio, que representa institucionalmente al municipio, forma parte del estado y contribuye a la realización de fines de conformidad a la Ley de Municipalidades del 28 de octubre de 1999.

El nuevo marco jurídico normativo definido a partir del año 1994 transforma y amplían funciones y rol de municipios.

A través de la Ley de Participación Popular N°1551 de 20 de abril de 1994, la Ley de Modificaciones y Ampliaciones a la Ley 1551 de Participación, Ley N°1702 de 17 de julio de 1996, se establece que la jurisdicción territorial de gobiernos municipales es la Sección de Provincia, de esta forma se amplían las competencias municipales al ámbito rural y se les

transfiere la infraestructura física de servicios de salud, educación, cultura, deporte, caminos vecinales y micro – riego que estuvieran bajo su jurisdicción encomendándoles su cuidado y ampliación. Estas responsabilidades posibilitan ser municipios importantes agentes del desarrollo local y los mismos que van acompañados de nuevas asignaciones

La Ley de Administración y Control Gubernamental (SAFCO), Ley N°1178 de 20 de julio de 1990, permitió la aplicación de algunos Sistemas de Administración que se viene desarrollando actualmente en el municipio, tales como el SISPLAN, SPO, SNIP y los referidos al manejo administrativo financiero. (GAMEA, Organigrama 2014: 8, 11)¹²

2.3. GOBIERNO AUTÓNOMO MUNICIPAL DE EL ALTO.

2.3.1. MISIÓN.

Promover el desarrollo participativo del municipio a través de la integración social y económica. (GAMEA, Organigrama. 2014: 1)¹³

2.3.2. VISIÓN.

Institución ágil y moderna orientada a la consecución del suma qamaña de los Alteños. (GAMEA, Organigrama.2014: 1)¹⁴

El Gobierno Autónomo Municipal de El Alto, debe elaborar acciones necesarias que permitan satisfacer necesidades de la población alteña, en coordinación con representantes de la sociedad civil, anotando al desarrollo del municipio.

Para ser una institución organizada y mejorar la atención pública a la población en general, es importante contar con normas y funciones definida del gobierno municipal en su conjunto y con tecnología actualizada y adecuada que permita realizar ágilmente todas las actividades.

El municipio de El Alto cuenta con la Unidad de Capacitación de Personal, encargado a orientar, capacitar y actualizar de manera pertinente a cada uno de los servidores públicos para que puedan adquirir conocimientos y aplicarlos en funciones laborales de la institución.

Este aporte de la Pagina Web, es una herramienta indispensable de información con la que contara la Unidad de Capacitación de Personal, para informar y comunicar constantemente a servidores públicos del G.A.M.E.A., para que cada uno de ellos esté capacitado y puedan resolver demandas de la población.

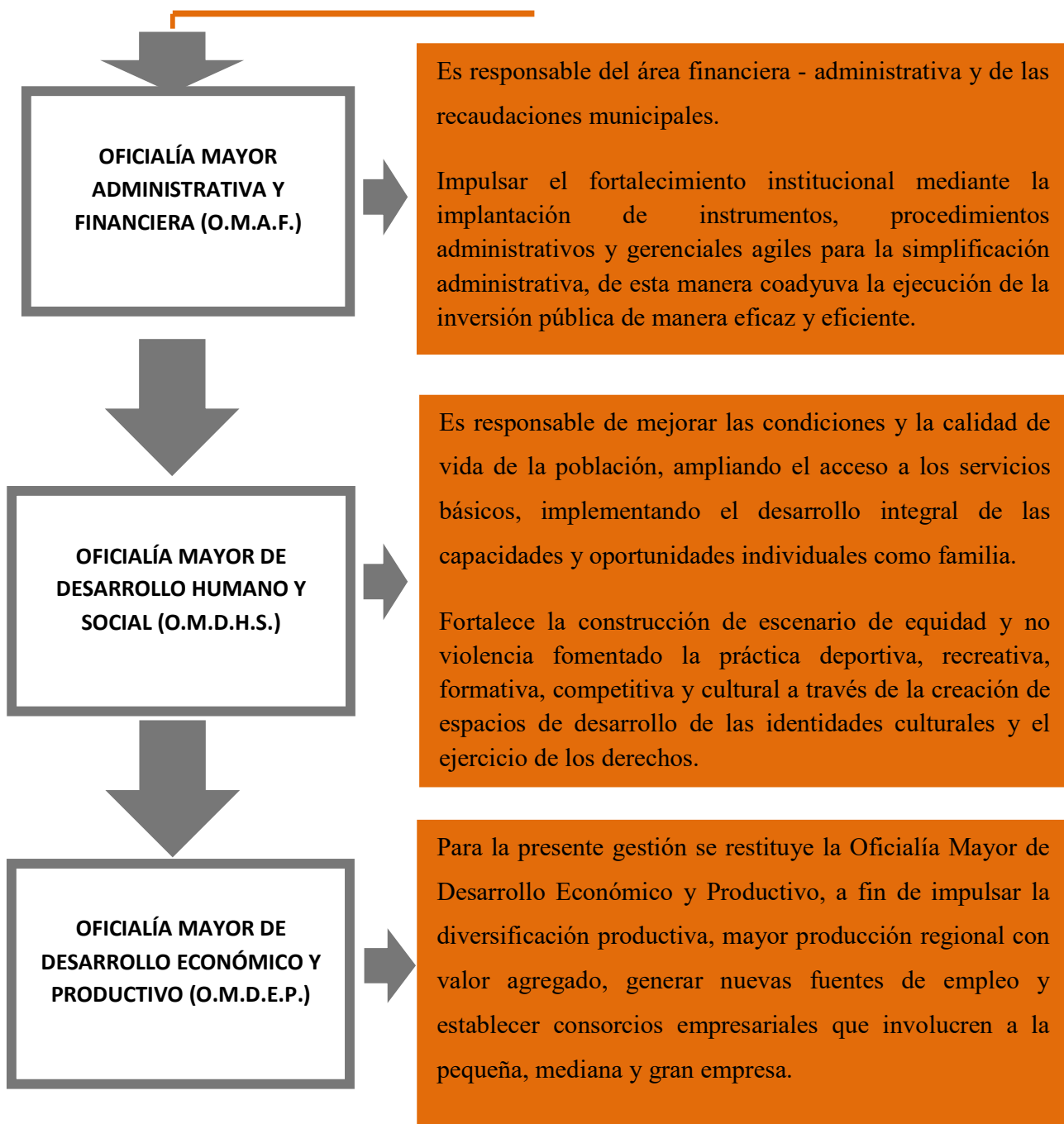
2.3.3. ESTRUCTURA DEL GOBIERNO AUTÓNOMO MUNICIPAL DE EL ALTO.

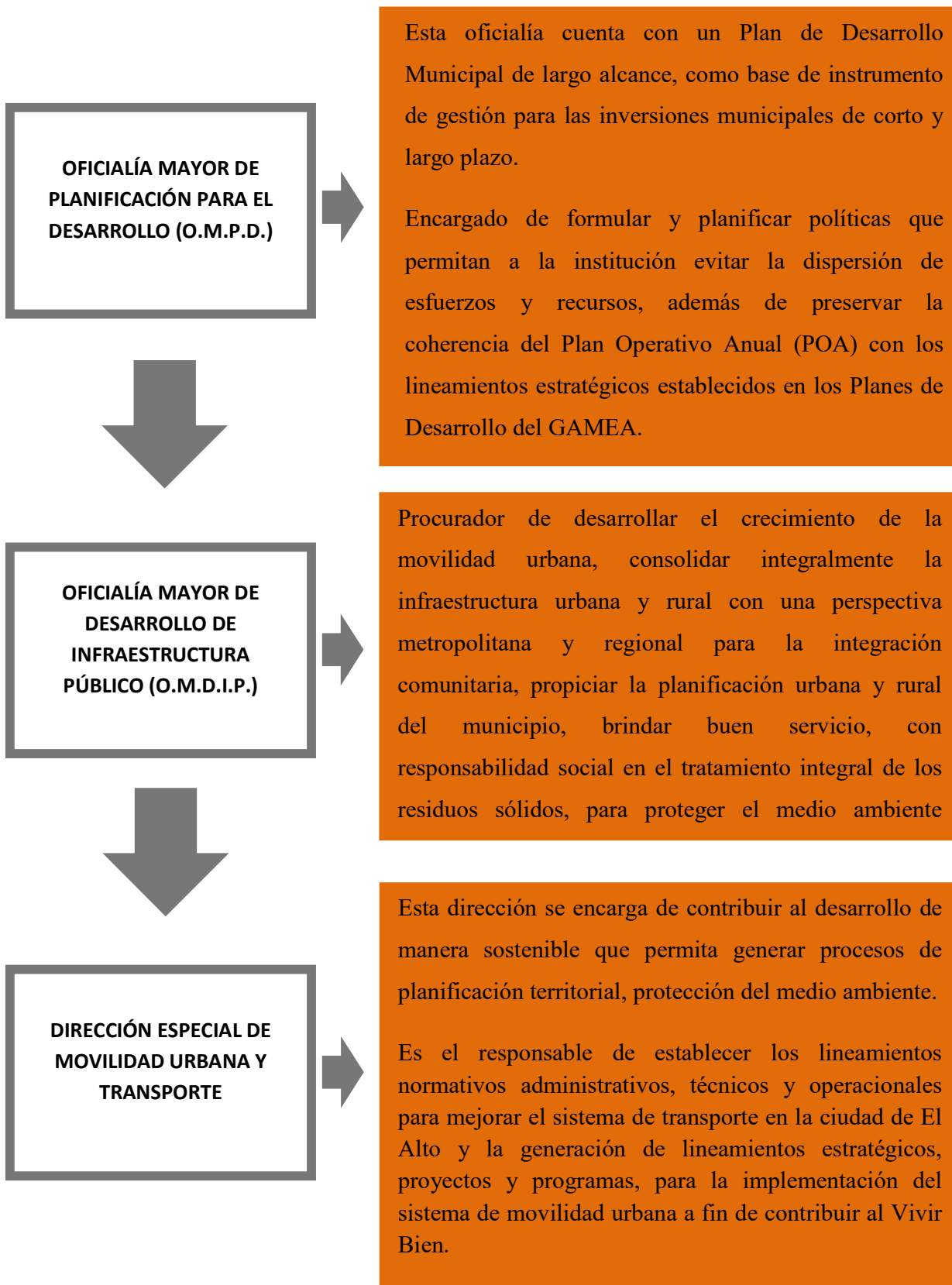
En 1982 se crea la Alcaldía Distrital de El Alto, mediante Ordenanza Municipal y el 6 de Marzo de 1985, El Alto se convierte en la Capital de la Cuarta Sección de la Provincia Murillo, instituyéndose la Honorable Alcaldía de El Alto y la Junta Municipal, con la posesión de primeras autoridades municipales elegidas por sufragio general, dando lugar a la división administrativa de la metrópoli al elevarse a El Alto a rango de Ciudad. El Alto nace con una población de aproximadamente 307.403 habitantes, siendo el 9,1% de la población urbana del país; debido a la migración campo ciudad, extendiendo una mancha urbana de aproximadamente de 4500 Has. Por Ley de la República, en el año 1991, se declara a la Ciudad de El Alto “Ciudad en Emergencia” se conforma un Consejo Inter-Institucional, con el propósito de solucionar los gravísimos problemas sociales y urbanos que atraviesa.

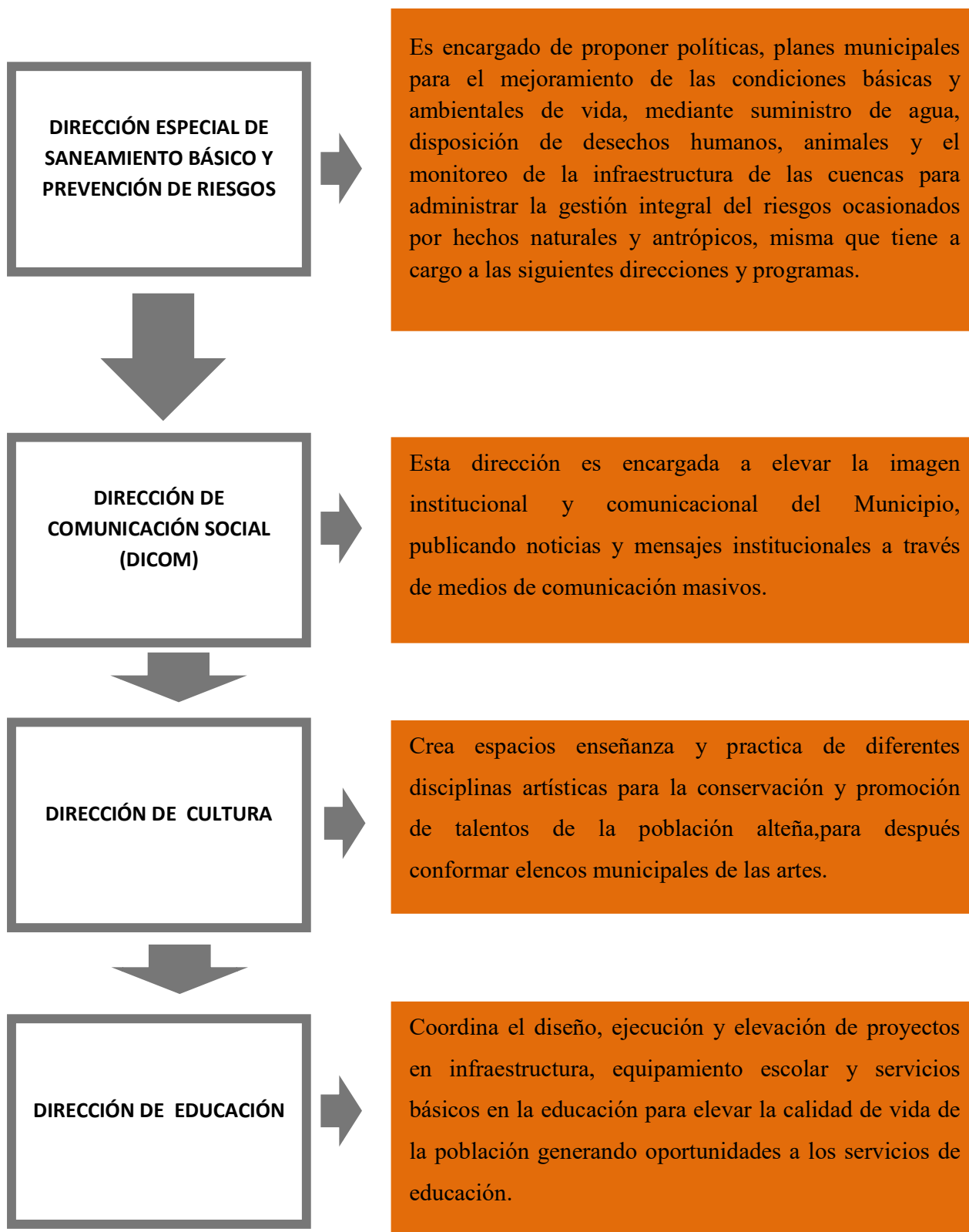
El Gobierno Municipal de la Ciudad de El Alto es un Gobierno local y Autónomo tal como establece la Constitución Política del Estado, la ley de Municipalidades y demás disposiciones legales referentes al ámbito municipal.(GAMEA, 2014:2,3)¹⁵

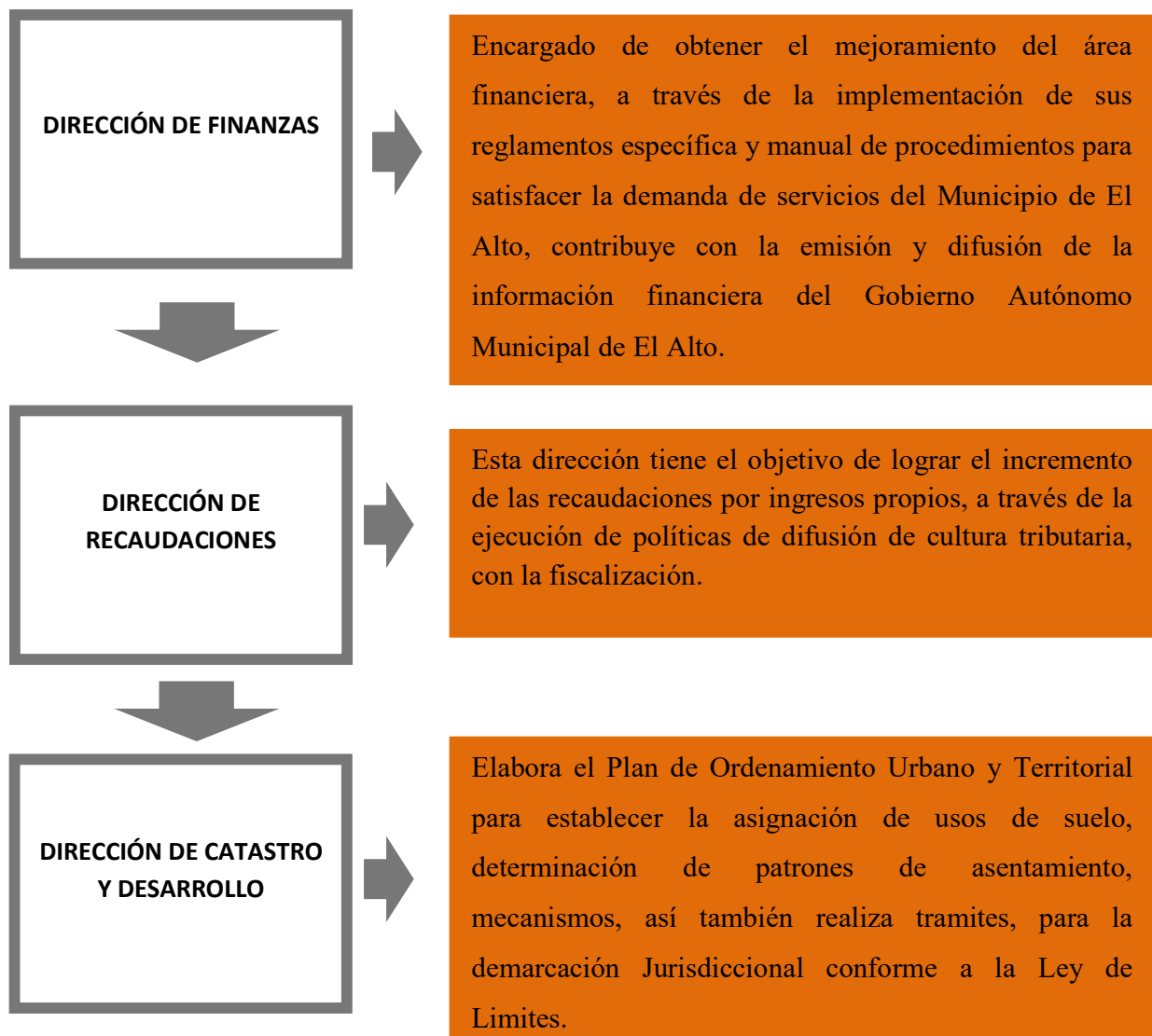
2.4. FUNCIONES DE OFICIALÍAS Y DIRECCIONES ESPECIALES DEL GOBIERNO AUTÓNOMO MUNICIPAL DE EL ALTO.

**FUNCIONES DE LAS OFICIALÍAS Y DIRECCIONES ESPECIALES DEL
GOBIERNO AUTÓNOMO MUNICIPAL DE EL ALTO**









FUENTE: Elaboración propia 2014

Cada una de las oficinas y direcciones importantes del Gobierno Autónomo Municipal de El Alto (G.A.M.E.A.), cumplen una función importante en la institución a partir de lineamientos y acciones del Municipio, deberán tomar como prioridades actividades que vayan a desarrollar oportunidades en población de la ciudad de El Alto.

Así también, aptitudes para el Gobierno Autónomo Municipal de El Alto, amparadas por el marco jurídico vigente en el país, acceder a la organización de estrategias institucionales, funcionales y operacionales, construyendo oportunidades y capacidades locales, para mejorar los

índices de desarrollo humano, crecimiento económico y mejorar las acciones de funcionarios públicos del Municipio de El Alto.

2.5. NIVEL DE OPERACIÓN DESCONCENTRADA

Constituida por catorce Sub Alcaldías, entre ellas tenemos diez urbanas en distritos 1 al 8, 12 y 14, cuatro rurales correspondientes a distritos 9, 10, 11,13. En Sub alcaldías Urbanas, la estructura organizacional interna comprende de las siguientes áreas: (GAMEA. 2014:5)¹⁶

- ❖ Sub Alcalde.
- ❖ Asesoría Jurídica.
- ❖ Oficialía Menor Administrativo y Financiero.
- ❖ Oficialía Menor de Obras y Medio Ambiente.
- ❖ Oficialía Menor de Desarrollo Humano.

2.6. PRINCIPIOS DEL GOBIERNO AUTÓNOMO MUNICIPAL DE EL ALTO.

El Gobierno Autónomo Municipal de El Alto, cuenta con principios para cada uno de funcionarios públicos hacia la institución estas son: (GAMEA, 2014:6)¹⁷

- a) Honestidad
- b) Responsabilidad
- c) Lealtad a la institución
- d) Respeto a las leyes y normas vigentes
- e) Compromiso de prestar un eficiente y responsable servicio al público

2.7. UNIDAD DE CAPACITACIÓN DE PERSONAL.

La Dirección de Capital Humano dependiente de la Secretaria Mayor Administrativa Financiera a través de la Unidad de Capacitación de personal, encargado a orientar y calificar el Talento Humano de la entidad, de manera que puedan adquirir conocimientos para aplicar en sus diferentes labores diarias y así fortalecer, responder demandas de la población alteña.

2.7.1. OBJETIVO DE LA UNIDAD.

Capacitar a servidoras y servidores públicos del Gobierno Autónomo Municipal de El Alto, para un ejercicio de calidad, eficiencia y eficacia dentro de sus funciones. (GAMEA, 2014:3)¹⁸

2.7.1.1. MISIÓN

La Unidad de Capacitación es un mecanismo que brinda servicios de capacitación y certificación a servidoras y servidores públicos, para que incremente la competitividad y propicien la productividad laboral hacia el Municipio; satisfaciendo sus expectativas mediante la mejora continua, utilizando tecnologías actualizadas y coadyuvando así el desarrollo del Gobierno Autónomo Municipal de El Alto. (GAMEA.2014:4)¹⁹

2.7.1.2. VISIÓN.

Ser la Unidad primordial del Gobierno Autónomo Municipal de El Alto en el marco de la capacitación en términos de eficiencia, calidad y servicio a nivel Municipal. Así como en la evaluación y certificación en competencias laborales, con el mayor número de participantes de la Municipalidad en los diferentes niveles del G.A.M.E.A. (GAMEA.2014:4)²⁰

2.7.2. ALIANZAS ESTRATÉGICA.

- ❖ Centro Nacional de Capacitación (CENCAP)
- ❖ Escuela de Gestión Pública Plurinacional (EGPP)
- ❖ Universidad Mayor de San Andrés (UMSA)
- ❖ Universidad Pública de El Alto (UPEA)
- ❖ Fundación UNIR Bolivia
- ❖ Fundación ALBOR
- ❖ Colegio de Secretaria de Bolivia – Filial La Paz

CAPÍTULO III

MARCO TEÓRICO

3. MARCO TEÓRICO.

3.1. COMUNICACIÓN.

La comunicación viene a ser la acción o efecto de comunicar o comunicarse. Trato correspondencia entre dos o más personas. Transmisión de señales mediante un código común al emisor y al receptor, según lo que señala el Diccionario de la Real Academia.

La comunicación es el proceso de producción, recepción y captación de mensajes que transmiten conceptos de información a distancia y acceso uno de los retos esenciales de nuestra sociedad; al respecto el autor señala: “La comunicación es el uso deliberado, intencional directo o mediato de signos simbólicos, físicos y mentales con el propósito de transmitir información o valores lógicos de expresión en la mente de quienes lo reciben”. (GRIGELMO, A. 1997: 10)²¹

Sin embargo, la comunicación actual entre dos personas es el resultado de múltiples métodos de expresión desarrollados durante siglos. Los gestos, el desarrollo del lenguaje y la necesidad de realizar acciones conjuntas tienen un papel importante. “El objetivo general de la comunicación es lograr que un individuo entre en relación, en contacto con los demás (...), la comunicación es, una transferencia de información, meta que alcanza cuando utilizamos signos para satisfacer nuestra necesidad de expresar ideas, conceptos, emociones, sentimientos, conocimientos, ordenes, deseos (...)”. (CACERES, J. s/f.: 2)²²

Además, por esta interacción, cada individuo se convierte en un centro, fuente, transmisor de información que se trata de compartir e intercambiar con los demás, lo cual llega a comprender sencillamente que la comunicación humana es un proceso que implica reciprocidad dentro de la vida en sociedad.

3.1.1. MEDIOS DE COMUNICACIÓN.

En principio, los medios de comunicación son instrumentos mediante cuales se informa y comunica de manera masiva en la sociedad. Por medio de ellos los individuos, miembros naciones o comunidades específicas, se enteran de lo que sucede a nivel económico, político, social, etc., tanto en su contexto más inmediato como en el contexto global; el autor dice: “Los

medios se dirigen a un conjunto un tanto indeterminado de personas que, con mayor y menor conjunción, forman “masa”. (...) tener presente que el receptor de los mensajes emitidos es masivo y prácticamente nunca individual. (...)”. (DAVARA. 1990: 82)²³

Por otro lado, los medios de comunicación son la representación física de la comunicación en nuestro mundo; es decir, son el canal mediante el cual la información obtiene, procesa, expresa y comunica. Actualmente, las redes nacionales y regionales de prensa, radio, televisión y medios virtuales, son plataformas en las que se realiza esta materialización y establece el vínculo directo con la sociedad.

Por tanto, algunas veces son utilizados para comunicar de forma masiva, para millones de personas, como la televisión, radio y digitales, otras también para transmitir información a pequeños grupos sociales, como es el caso de periódicos locales o institucionales.

En nuestra sociedad, estos canales de comunicación son esenciales para el establecimiento y desarrollo de todo proceso de interacción humana.

3.1.1.1. DIVISIÓN DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN.

Los medios de comunicación se dividen, por su estructura física, en:

3.1.1.1.1. MEDIOS AUDIOVISUALES.

Los medios audiovisuales son los que se oyen y se ven. Es decir, son medios de comunicación que se basan en imágenes y sonidos para expresar la información, como es el caso de la televisión y el cine. “La televisión es un medio que rechaza las personalidades muy definidas y prefieren la presentación de procesos a la de productos. La adaptación de la televisión a procesos en los productos limpiamente empaquetados, explica la frustración que mucha gente experimenta con este medio con sus aplicaciones políticas (...)”. (MARSHALL, M. 1994: 316)²⁴

Por tanto, la televisión es el medio por la cantidad de recursos que utiliza (imágenes, sonido, personas) y, sobre todo, por la posibilidad que le ofrece al público de ver hechos y protagonistas sin necesidad de estar presente.

A nivel formal, la televisión plantea el uso de una gran variedad de formatos a la hora de transmitir la información. Entre ellos sobresalen noticieros, telenovelas, documentales, reportajes, entrevistas, programas culturales, pedagógicos y científicos, entre otros; gracias al acelerado desarrollo tecnológico en las últimas décadas.

3.1.1.1.2. MEDIOS RADIOFÓNICOS.

La radio es el único medio que hace parte de los medios que transmiten información por medio de formatos sonoros. “La radiocomunicación, basadas en ondas hertzianas o radioeléctricas. Si a través de ellas se emiten sonidos e imágenes destinadas a un público general de forma unilateral y pública, se habla de radio difusión, término que en sentido propio se aplica tanto a radio como a televisión”. (DAVARA. 1990: 214)²⁵

Cabe señalar que desde varios años, los comerciales radiales han crecido en creatividad y producción. Contrariamente a lo que ocurre en televisión, en la cual las imágenes están limitadas por el tamaño de la pantalla, imágenes radiofónicas pueden ser del tamaño que uno desee.

El valor comercial que tiene la radio como factor de influencia se basa no sólo en hacer conocer características y cualidades de determinado producto o servicio sino que este conocimiento sea compartido con miles y miles de oyente tanto a nivel regional como a nivel nacional.

A diferencia de los medios audiovisuales, desde siempre, la radio ha llegado a sectores de la sociedad y regiones del país, por su naturaleza, sus dispositivos de transmisión pueden ser transportados con mayor facilidad; tan sólo se necesita de un pequeño radio de transistores, walkman, discman, i-pod, una grabadora o un equipo de sonido para escuchar un programa y disfrutar el mundo de la radio.

Asimismo, uno de los avances más grandes en nuestros días es la llegada de la radiodifusión de audio digital, que provee la misma calidad del disco compacto a la recepción de la señal y puede trabajar con satélites y transmisores terrestres convencionales. Este mejora notablemente la entrega de servicios radiales a oyentes, mientras que el espectro radial podrá ser utilizado con mucho más eficacia incorporando cinco o seis servicios en FM en el mismo espacio que antes ocupaba sólo uno. También mejora la confiabilidad, ofreciendo una recepción radial libre de interferencias a oyentes al usar portátiles y radios para vehículos.

3.1.1.1.3. MEDIOS DIGITALES.

A partir de los medios digitales se construyeron nuevas plataformas informativas alojadas en Internet y constituidas por nuevas herramientas, formatos y contenidos de carácter virtual. “Por las especiales características que maneja imagen y palabra y por la enorme influencia que tiene en parcela de la comunicación al hombre de nuestro tiempo, es un fenómeno social y una realidad estética al mismo tiempo (...).”(DAVARA. 1990: 270)²⁶

Del mismo modo, rapidez, creatividad y variedad de recursos que utilizan los medios digitales para comunicar hacen de ellos una herramienta muy atractiva. Su variedad es casi infinita, ilimitada, lo que hace que día a día un gran número de personas se inclinen por estos medios para crear, expresar, diseñar, informar y comunicar.

Sin embargo, no hay que olvidar que al contrario de lo que se podría pensar, para comienzos del siglo XXI, el acceso a computadores personales no se ha transformado en un bien común en todos países del mundo. Si bien el Internet accedió el establecimiento de redes de comunicación que conectaron y abrieron la posibilidad de intercambiar datos y contenidos entre computadores ubicados en cualquier región del Planeta Tierra, su expansión en todos los sectores de la sociedad es una realidad.

3.1.1.1.4. MEDIOS IMPRESOS

Los medios impresos, son medios publicitarios que exigen atravesar por un proceso de impresión, cualquiera que éste sea. Por lo regular, este tipo de medios impresos son generados

por imprentas convencionales offset o en el caso de diarios, por rotativas; al respecto el autor nos señala: “Medios impresos se caracterizan por codificar la información mediante la utilización del lenguaje textual (...) combinando con representaciones icónicas (...) el material impreso no es más extenso que una sola hoja de papel, otras veces contiene una serie de páginas que pueden estar plegadas, cocidas, pegadas, atadas, encuadernadas o agrupadas por uno de los lados, formando una especie de paquete”. (AREA, M. 1994: 2)²⁷

El público que lee medios impresos es muy variado; en primer lugar, toda la población tiene acceso a un medio impreso y, en segundo, cada lector exige el que mejor satisfaga sus necesidades. El ejecutivo de medios tiene la oportunidad de elegir el medio impreso que mejor convenga a sus objetivos. Es importante distinguir entre cada uno de medios impresos, ya que varían tanto en cuanto a público, como en tiempos de salida y publicación.

Las revistas, periódicos, trípticos, folletos y, en general, todas las publicaciones impresas en papel que tengan como objetivo informar hacen parte del grupo de medios impresos. “La elaboración del material impreso desde una racionalidad tecnológica: esta perspectiva (...) se caracteriza por querer diseñar medios aplicando el conocimiento científico disponible sobre el aprendizaje con textos para producir materiales que comuniquen con eficacia mensajes instructivos”. (AREA, M. 1994: 6)²⁸

Asimismo, los medios impresos más influyentes siguen siendo periódicos, pues a través de ellos que se transmite la información más compleja y elaborada en cuanto a investigación, contenidos y escritura. El análisis brindado por un periódico establece un diálogo entre el mundo de la opinión pública y personajes más influyentes de sistemas políticos o económicos.

Así también, el efecto de medios impresos es más duradero, pues se puede volver a la publicación una y otra vez analizar, citar y comparar.

3.1.2. TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN (TIC).

Existen múltiples definiciones de las TIC:

Los flujos de información, comunicaciones y mecanismos de coordinación están digitalizando en muchos sectores de la sociedad, al respecto el autor nos dice: “Las tecnologías de información y comunicaciones (TIC) es un término que contempla toda forma de tecnología usada para crear, almacenar, intercambiar y procesar información en sus varias formas, tales como datos, conversaciones de voz, imágenes fijas o en movimiento, presentaciones multimedia y otras formas, incluyendo aquéllas aún no concebidas. En particular, las TIC están íntimamente relacionadas con computadoras, software y telecomunicaciones. Su objetivo principal es la mejora y el soporte a los procesos de operación y negocios para incrementar la competitividad y productividad de las personas y organizaciones en el tratamiento de cualquier tipo de información.”.(TELLO, E. 2007: 3)²⁹

“Con este nombre genérico hace referencia a las nuevas tecnologías de comunicación e información que constituyen modificaciones e innovaciones de los tradicionales medios de comunicación como prensa, cine, radio y televisión, cuando se integra a ellos el circuito integrado, la computadora, satélites de comunicación, fibra óptica, redes de telecomunicaciones como internet, sistemas interactivos, digitalizados y multimedia, como el web el CD-1 y el DVD”. (CORONADO, J. 1992: 57)³⁰

Así también, el autor señala: "Las TIC (Tecnologías de la Información y Comunicaciones) son tecnologías que se necesitan para la gestión y transformación de la información, en particular el uso de ordenadores y programas que permiten crear, modificar, almacenar, proteger y recuperar esa información. Las TICs, como elemento esencial de la Sociedad de la Información habilitan la capacidad universal de acceder y contribuir información, idea y conocimiento.” (COBO, J. 2009: 306)³¹

Por tanto, el elemento más representativo de las nuevas tecnologías es sin duda el ordenador y más específicamente, Internet. Como indican diferentes autores, Internet supone un salto cualitativo de gran magnitud, cambiando y redefiniendo modos de conocer y relacionarse del hombre.

3.1.3. RECURSOS TELEMÁTICOS: LAS REDES DE COMUNICACIÓN.

Las redes de comunicación tanto globales y públicas (Internet) como locales y privadas (Intranet) permiten conectar un ordenador cliente a un servidor a través del cual podemos acceder a la información de los diferentes modos de red.

3.1.3.1. LA INTERNET.

En el siglo XXI la informática, tecnología y por supuesto Internet, han convertido en ejes fundamentales de comunicación y desarrollo; el autor señala: “La riqueza de información técnica y comercial que está encontrando en Internet, está convirtiendo en una herramienta vital para comunicaciones a nivel mundial”. (BOIZARD, A. 1996: 2)³². Hay que tener en cuenta que la Internet es una de las herramientas de comunicación más importante y fuerte en la actualidad.

Hasta el momento, la Internet es un instrumento un poco más selectivo que muchos otros medios de transmisión de información. Al respecto el autor señala: “A finales de 1966, Roberts entró en DARPA para desarrollar el concepto de redes informáticas y rápidamente creó su plan para "ARPANET", que publicó en 1967. En la conferencia en la que presentó el artículo había otra ponencia sobre el concepto de redes de paquetes, que venía del Reino Unido, de la mano de Donald Davies y Roger Scantlebury, del NPL. Scantlebury le comentó a Roberts el trabajo del NPL y el de Paul Baran y otras personas de RAND”. (DAVARA.1990: 270)³³

La ARPANET original se convirtió en Internet. Por tanto, la Internet se basó en la idea de que habría múltiples redes independientes con un diseño bastante arbitrario, empezando por ARPANET como red pionera de conmutación de paquetes, pero que pronto incluiría redes de paquetes satélite, redes terrestres de radio paquetes y otras redes. Internet tal y como la conocemos hoy en día plasma una idea técnica subyacente fundamental, que es red de arquitectura abierta.

Así también, "Internet" se refiere al sistema de información global que: (i) esta enlazado lógicamente a un espacio global de direcciones únicas basadas en el Protocolo de Internet (IP) o sus subsecuentes extensiones/añadidos; (ii) puede soportar la comunicación usando el conjunto

Protocolo de control de transmisión/Protocolo de Internet (TCP/IP) o sus subsecuentes extensiones/añadido y otros protocolos compatibles con IP; y (iii) provee, usa o da accesibilidad, ya sea de manera pública o privada a servicios de alto nivel superpuestos en las comunicaciones y las infraestructuras relacionadas ya descritas.

Además, no solo por ser una herramienta que está a la vanguardia del mundo es importante, sino que Internet tiene innumerables ventajas comunicacionales, una de ellas es la ventaja de poder comunicarse con millones de personas en un mismo instante; al respecto el autor dice: “La ventaja de crear un espacio de conocimiento abstracto que permite con facilidad adentrarse en mundos desconocidos, accediendo de esta manera de forma inmediata y sin precedentes a formas de vida y culturas ignoradas”. (BOIZARD, A. 1996: 3)³⁴.

Por otro lado, su ventaja más importante es el alto grado de potencial de aprendizaje que puede tener Internet para el desarrollo social e individual de cualquier usuario en la red.

3.1.3.2. PÁGINA WEB.

Las páginas web, documento entrelazado que contiene enlaces a otros documentos o páginas de texto, donde se amplía o hay más información relacionada. También se le conoce con el nombre de documento de Hipertexto. Según los autores: “Las páginas WEB son textos ASCII escritos en lenguaje HTML (HypertextMarkupLanguage), que se transfieren entre los servidores de WWW y los exploradores de los clientes mediante el protocolo HTTP (Hyper Text Transfer Protocol). (...)”. (BOBADILLA, ALCOSER Y ROGRIGUEZ. 200: 3)³⁵

Asimismo, las páginas web pueden consistir en archivos de texto estático, o se pueden leer una serie de archivos con código que instruya al servidor cómo construir el HTML para cada página que es solicitada. “Una página web se define como un documento electrónico el cual contiene información textual, visual y/o sonora que se encuentra alojado en un servidor y puede ser accesible mediante el uso de navegadores. Una página web forma parte de una colección de otras páginas webs dando lugar al denominado sitio web el cual se encuentra identificado bajo el nombre de un dominio.” (S/a. 2013: 4)³⁶

Además, la WEB contiene varios billones de páginas virtuales con una extensa gama de información, productos y servicios están disponibles para ser consultados desde un computador que tenga una conexión a una línea telefónica y un programa llamado examinador también, se le conoce como navegador.

De esta manera, los conocidos son El Internet Explorer fabricado por Microsoft y Netscape fabricado por la compañía SUN, el autor dice: “La Web introduce un concepto fundamental: la posibilidad de lectura universal, que consiste en que la información esté disponible, se pueda acceder a ella desde cualquier ordenador, desde cualquier país, por cualquier persona autorizada, usando un único y simple programa. Para que sea posible, utilizan una serie de conceptos, el más conocido es el hipertexto”. (DAVARA.1990:270)³⁷

Así también, esta plataforma ha permitido a usuarios interactuar con muchos más grupos de personas dispersas alrededor del planeta. El autor nos señala: “Estos programas le permiten al usuario "ir" o "navegar" de una página de documento a otra. Las páginas se encuentran colocando la dirección de ellas en la casilla de dirección de su navegador o llegando a ellas a través de un enlace que le hacía referencia desde otra página o documento WEB (...)”. (AROCENA, F.1997: 7)³⁸

Con la WEB usted puede tener sistemas automatizados de consulta, servicio o centros de respuesta, donde todos sus clientes puedan buscar las soluciones a asuntos de servicios o productos de su empresa. Esto se conoce como Bases de Conocimiento, donde se documentan todas las soluciones del pasado, que pueden servir para futuras consultas.

Los portales web han ido evolucionando no sólo por la cantidad de datos que contienen. Poco a poco se ha pasado de modelos basados en páginas estáticas a aplicaciones web de alta complejidad que gestionan contenidos en múltiples idiomas, integran aplicaciones de colaboración entre usuarios, proporcionan contenidos en diversos formatos para diferentes dispositivos. Al respecto señala: “Inicialmente, las páginas web eran estáticas, en el sentido de

que a efectos de usuario, el único proceso realizado era el de visualización de sus contenido (...) por parte del explorador del cliente”. (BOBADILLA, ALCOSER Y ROGRIGUEZ. 200: 4)³⁹

Con la WEB las posibilidades son ilimitadas, usan individuos, profesionales, consultores, escritores, clubes, clínicas, hospitales, centros de servicio y soporte técnico, compañías de seguros, bancos, compañías de ventas de cualquier tipo de producto, universidades, escuelas, centros profesionales y empresas en general.

Las páginas web son escritas en un lenguaje de marcado que provee la capacidad de manejar e insertar hiperenlaces, generalmente HTML. El contenido de la página puede ser predeterminado (página web estática) o generado al momento de visualizarla o solicitarla a un servidor web (página web dinámica).

3.1.3.2.1. ORIGEN DE LA PÁGINA WEB.

Historia de la World Wide Web, se remonta a la propuesta de Vannevar Bush en los años 40 sobre un sistema similar: a grandes rasgos, un entramado de información distribuida con una interfaz operativa que permitía el acceso tanto a la misma como a otros artículos relevantes determinados por claves. Este proyecto nunca fue materializado, quedando relegado al plano teórico bajo el nombre de Memex. En los años 50 cuando Ted Nelson realiza la primera referencia a un sistema de hipertexto, donde la información es enlazada de forma libre. Pero no es hasta 1980, con un soporte operativo tecnológico para la distribución de información en redes informáticas, donde se materializa la realización práctica nociones de la Web, al respecto señala: “Laweb vivió unos primeros años frenéticos gracias a la competencia entre Netscape e Internet Explorer. Los años de dominio absoluto de Internet Explorer fueron años de estancamiento de la web (...). Desde 2009, la competencia entre Firefox, Chrome e Internet Explorer ha provocado grandes mejoras en todos los navegadores e innovaciones técnicas que disfrutamos.

Hasta 2014 esta competencia entre navegadores se está produciendo entre usuarios de Windows, (...). Predominio que daba a Internet Explorer una ventaja fundamental, ya que Internet Explorer viene incluido de serie en Windows y cada ordenador que se vende es un ordenador con Internet Explorer, (...). Desde 2014, el crecimiento de dispositivos móviles está cambiando el terreno de

juego. Plataformas mayoritarias en dispositivos móviles son Android e iOS y navegadores incluidos de serie en estos sistemas operativos son respectivamente Chrome y Safari, por lo que la competencia no se produce entre navegadores, sino entre sistemas operativos (...).”(BARTOLOME, M. 2014: 14)⁴⁰

La continua extensión de la World Wide Web se ha enfocado en conectar dispositivos a Internet, acuñado Manejo de Dispositivos Inteligentes. A través de la conectividad a Internet, los fabricantes son ahora capaces de interactuar con dispositivos que han vendido a sus clientes, y clientes capaces de interactuar con el fabricante (y otros proveedores) para acceder a contenido nuevo. “Actualmente nos encontramos inmersos en un ciclo evolutivo muy dinámico en el que conviene dominar las ultimas herramientas software que invaden, especialmente si orientan a la creación de páginas web (...).” (BOBADILLA, ALCOSER Y ROGRIGUEZ. 200: 1)⁴¹

Dando credibilidad a la idea de la web, ha encontrado un lugar en el léxico inglés mundial.

3.1.3.2.2. EVOLUCIÓN DE LA PÁGINA WEB.

➤ PRIMER GENERACIÓN.

- ❖ Poco trabajo de diseño.
- ❖ Pocas imágenes.
- ❖ Todo trabajado manualmente.
- ❖ Diseño lineal.
- ❖ Limitada tecnología de los navegadores.
- ❖ Poca capacidad de transferencia de información gráfica.

➤ SEGUNDA GENERACIÓN.

- ❖ Utilización de iconos.
- ❖ Imágenes de fondo.
- ❖ Aparece el diseño y uso de botones con relieve.
- ❖ Uso de banners.
- ❖ Estructuración de texto de forma jerárquica.
- ❖ Propiedades del código HTML estándar definido.

- ❖ Aparición de monitores y tarjetas gráficas con mayores resoluciones y definición de color.
 - ❖ No se tuvo en cuenta la accesibilidad ni la usabilidad.
 - ❖ Diferencia en la aparición de estándares de los 2 principales navegadores: Internet Explorer y Netscape.
- **TERCERA GENERACIÓN.**
- ❖ El diseño web sigue teniendo muchas restricciones para el uso del lenguaje de los 2 navegadores web.
 - ❖ Más dinamismo con aparición de Macromedia flash.
 - ❖ Páginas de publicidad ventana de productos y servicios.
- **CUARTA GENERACIÓN.**
- ❖ El diseño web totalmente enfocado a multimedia integrando en páginas web elementos multimedia de última generación.
 - ❖ Gran variedad de diseño debido a todas posibilidades que ofrece las últimas tecnologías para programadores.
 - ❖ Las últimas versiones de navegadores soportan muchas más prestaciones y elementos en páginas web.
- **QUINTA GENERACIÓN.**
- ❖ La integración de televisión en la web.
 - ❖ Auge de páginas de televisión o televisión online.

La web vivió unos primeros años delirantes gracias a la competencia entre Netscape e Internet Explorer. Los años de dominio absoluto de Internet Explorer fueron años de estancamiento de la web. Desde 2009, la competencia entre Firefox, Chrome e Internet Explorer ha provocado optimizar en todos los navegadores e innovaciones técnicas.

En la actualidad está produciendo una profunda transformación social, económica y política motivada por el desarrollo de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC). Se está asistiendo a un proceso de grandes cambios tecnológicos que permiten configurar la denominada Sociedad de la Información.

Con el propósito de acercarnos a la Sociedad de la Información, y poder aprovechar, entre otras,

las oportunidades de empleo originadas por el desarrollo de nuevas TIC, las instancias públicas están emprendiendo políticas para sensibilizar a todos agentes sociales sobre la importancia de la implantación de estas tecnologías en nuestro entorno.

Todos los ámbitos, tanto económicos como sociales y culturales, son partícipes de efectos del desarrollo de las TIC. La innovación y posterior implantación de nuevas tecnologías constituye un factor estratégico para mejorar la competitividad empresarial, impulsar el crecimiento económico y lograr una mayor creación de empleo.

3.1.3.2.3. CARACTERÍSTICAS IMPORTANTES DE LA PÁGINA WEB.

Una página web contiene información multimedia en formato de texto, imagen, sonido, vídeo, animación, y enlace a otra página web. También puede permitir que el usuario interactúe con ella mediante menús, formularios, aplicativos, espacios de participación, etc. Las páginas web pueden pertenecer a órganos de gobierno, instituciones, empresas privadas, o bien particulares. En relación con las características de páginas web seleccionadas, consideran los autores señalan: para garantizar una mínima calidad y rentabilidad, deben cumplir los siguientes requisitos: (ARRARTE Y SANCHEZ.2001: 25)⁴²

- a) Validez de los contenidos:** Veracidad de información, rigor de servicios ofrecidos, capacidad de renovación y actualización.
- b) Estabilidad de la página en red:** Perspectivas sólidas de continuidad.
- c) Funcionalidad de la navegación:** Entramado claro y coherente de enlaces hipertextuales, visión general de opciones de navegación.
- d) Calidad del diseño:** Secciones con una jerarquía clara de apartados y una secuenciación lógica.
- e) Posibilidades de interacción:** Servicios de comunicación e intercambio que ofrece al usuario.
- f) Atención y servicios al usuario:** Posibilidad de realizar consultas y obtener respuesta con un grado razonable de inmediatez y utilidad.

g) Enlaces propuestos: Comprobar la pertinencia y utilidad de conexiones que ofrece.

La rentabilidad de aspectos anteriores redundará en la utilidad, amabilidad y eficacia de una página web. Cada uno de las características imprescindibles señaladas llevará a un diseño de una página web.

3.1.3.2.4. TIPOS DE PÁGINAS WEB.

Según el tipo de contenidos y el enfoque que se les dé, pueden ser de diferentes tipos:

➤ **SEGÚN SU CONSTRUCCIÓN:**

1. ESTÁTICAS.

Este tipo de páginas web, compuestas por archivos que contienen código HTML, por medio de este se pueden mostrar imágenes, textos, videos y contenidos que componen a la página en sí. Los archivos que constituyen la página web son almacenados en el servidor de Hosting, cuyo formato es también en HTML. Las páginas web pueden ser editadas por medio de programas como el Dreamweaver. El contenido de sitios web no se modifica constantemente puesto que suelen estar en manos de personas que requieren contratar a diseñadores. Además, la actualización constante no es algo que sus dueños necesiten.

Son básicamente informativas y están enfocadas principalmente a mostrar una información permanente, donde el navegante se limita a obtener dicha información sin poder interactuar con la página visitada.

2. DINÁMICAS.

En estas páginas WEB, en cambio, los contenidos son modificados continuamente esto queda en manos de quienes las visitan. La información de estas páginas está guardada en bases de datos de las cuales los usuarios extraen aquello que les interese. Estas páginas se caracterizan por ser sus usuarios quienes modifican diseño y contenido, se puede actualizar muy fácilmente, no es necesario ingresar al servidor para esto. Además, tienen numerosas funciones como foros, bases de datos, contenidos dinámicos, carritos de compras, entre otros.

Asimismo, la información de este tipo de páginas web, está contenida en bases de datos las cuales permiten el acceso a ellas, mediante algunas instrucciones y comandos que puede hacer el usuario. Por lo regular en este tipo de bases de datos, hay acceso a software que permite realizar cambios en la información contenida en la página web.

➤ **SEGÚN SU TECNOLOGÍA.**

1. EN HTML.

Estas páginas están construidas con lenguaje HTML, se requiere tener conocimientos de este para hacerlas. Un defecto de estas páginas es estático, además ofrecen muy poco, por lo que no son recomendables para ventas y marketing. La ventaja que ofrecen es fácil de construir, con conocimientos básicos de diseño y lenguaje.

2. EN FLASH.

Estas páginas se construyen utilizando el software Flash Adobe, que permite la realización de animaciones, efectos, sonidos y movimientos. Para que usuarios puedan visualizarlas, es necesario contar con plug-in requeridos. La desventaja, es las páginas hechas con Flash son muy pesadas, el tiempo de descarga puede prolongarse.

3. EN LENGUAJE DEL SERVIDOR.

Estas se hacen en lenguaje PHP, Ruby, ASP, entre otros. Para desarrollar esta clase de páginas también es necesario tener conocimientos avanzados sobre el lenguaje a utilizar. Son ideales para interactuar con usuarios y para el área de marketing.

3.1.3.2.5. ¿PARA QUÉ SIRVE LA PÁGINA WEB?

Una página web, se puede usar como medio de comunicación para diversos temas, como noticias, cultura, medicina, ciencia, tecnología, comentarios de diversos temas, foros, educación, debate, juegos, música, películas, etc.

Por la peculiaridad, de ser versátiles en tipos de información se puede añadir a una página web, como la gran variedad de formatos de texto, audio, video e imágenes que puede tener en distintos usos.

Asimismo, en algunos organismos estatales y privados, sirve para dar a conocer información acerca del gobierno como el uso de distintos recursos, el avance en algunas ramas como por ejemplo; campañas médicas para erradicar alguna enfermedad, informar de condiciones de distintos ramos del gobierno en lo concerniente a datos del mismo gobierno.

Así también, ofrece a empresas en distintas formas, por ejemplo, dar a conocer bienes y servicios que presta alguna determinada empresa, precios, costos de mismos bienes y servicios, o direcciones en las localidades en donde se puede obtener algún servicio de alguna empresa determinada.

Además, es utilizado como medio de entretenimiento, juegos, películas, música, caricaturas, vídeos musicales, libros y otras formas de entretenimiento. En páginas web, se usan (con programas especiales) para la comunicación directa, con otros usuarios, como en chats, foros, y medios audiovisuales adaptados para páginas web.

3.1.3.2.6. ETAPAS DE LA PÁGINA WEB.

➤ PLANIFICACIÓN.

La primera etapa es la **planificación**, en ésta se debe analizar el contenido general que tendrá la presentación, interacción y personalización de la página web que será dirigida a una audiencia objetivo. En esta etapa también se debe dividir; el autor señala: “la audiencia objetivo, el contenido asignado, la particularidad o diferenciación”. (BOIZARD, A.1996: 205)⁴³

En esta etapa elaborar un plan de administración que contemple un cronograma de producción, determinando puntos críticos del mismo, clarificar roles y responsabilidades de cada uno de los miembros del equipo de producción.

➤ ESTRUCTURACIÓN.

La segunda etapa es la **estructuración**, como su nombre lo indica es donde se estructura la presentación de la página web, en esta etapa se separa la información total en páginas

web y relacionan entre sí. Además de esto se deben definir objetivos específicos de cada página web, al respecto él nos dice: “La arquitectura que une a estas páginas y la interconexión mediante hipertextos con la información ya presente en otras fuentes de información”. (BOIZARD, A.1996: 205)⁴⁴.

Asimismo, se implementa el arte (pantalla, fondos, iconos), así como la herramienta de navegación, haciendo que despliegue sea el óptimo tanto en la calidad como en el tamaño, garantizando una visualización en diferentes navegadores.

➤ **DISEÑO, DIAGRAMACIÓN E IMPLEMENTACIÓN.**

La tercera etapa es el **diseño-diagramación-implementación**, donde se implementa estilo y estructura que ya se han determinado en la etapa dos, de acuerdo a esto se realiza la diagramación gráfica, organiza la información que debe estar en cada párrafo y seleccionan imágenes, figuras y demás elementos que deben incluirse en cada página. Dependiendo de cada página web se incorporan elementos tales como plantillas para que el usuario deje información o diga su opinión. Finalmente organizan, unifican y complementan todos los anteriores elementos para originar la página web.

➤ **PUBLICACIÓN.**

La última etapa es la **publicación**, en esta etapa se debe tener la página web terminada; el autor señala: “La instalación de ésta en un servidor web para hacerla accesible a la comunidad de Internet.”. (BOIZARD, A.1996: 205)⁴⁵

Por tanto, la publicación se efectúa con la instalación completa de hardware y software requeridos para conectarse a un proveedor de acceso a internet. Se promociona y realiza la tarea de marketing del sitio web, esta es una muy importante para la construcción exitosa de una página web.

3.1.3.2.7. VENTAJAS DE LA PÁGINA WEB.

Una de las ventajas que tiene la página web con respecto a otros medios de publicación, es la interactividad, ya que simplemente con el hecho el usuario ingresa a la página web, inmediatamente puede interactuar con ella directamente, dejar su opinión, comunicarse por medio del correo electrónico o simplemente ingresar información. Otra ventaja de la página web es la accesibilidad, se encuentra disponible para todos, independientemente del lugar donde se encuentre ubicado, al respecto el autor dice: “Una publicación web es esencialmente democrática, ya que ofrece información muy especializada. No hay costos de distribución o sus costos son muy bajos. Más aún si existe algún costo aunque sea mínimo es probable que lo asuma el visitante”. (BOIZARD, A.1996: 204)⁴⁶

Por lo tanto, las ventajas de las páginas web que llevan al éxito de éstas para el usuario y el consumidor sobre información y también puede convertir una manera más o menos directa en un proveedor de información. El usuario también puede acceder sonidos, imágenes, videos y demás elementos que han convertido a las páginas web en una herramienta de comunicación altamente atractiva, y más aún si habla de niños los cuales se sienten atraídos por colores, animaciones, sonidos e imágenes.

3.1.3.2.8. CORREO ELECTRÓNICO.

El correo electrónico o e-mail es, sin duda, uno de los grandes hallazgos de Internet, tanto que puede decirse que ha revolucionado la forma de comunicarse con compañeros, amigos e incluso, con la propia familia. Por lo que se ha convertido en uno de los servicios más utilizados de Internet. “Las ventajas del correo electrónico son innumerables: es inmediato, recibe a los pocos minutos de haber sido enviado; cómodo, permite enviarlo desde casa (frente al correo tradicional); el coste no varía en función de la ubicación física del destinatario, resultando realmente económico; y dinámico, (...)” (COBO, J. 2009: 156)⁴⁷ también permite la posibilidad de recibir tu correo aunque no estés en el lugar donde usas habitualmente.

TIPOS DE CUENTAS DE CORREO ELECTRÓNICO.

Hay dos tipos de cuentas de correo: correo web y correo POP. Cada una de ellas tiene sus ventajas e inconvenientes: (COBO, J. 2009: 156)⁴⁸

Así, el **correo web** tiene la ventaja no es necesario configurarlo, puede consultarse desde cualquier ordenador y es difícil infectarse por un virus (pues los mensajes no se almacenan en nuestro ordenador), a no ser descargado por algún archivo adjunto al mensaje. Y las desventajas son: poca capacidad de almacenamiento (la que nos dé la compañía donde esté alojado) y su lentitud.

El **correo POP** es rápido, no necesita estar conectado para redactar mensajes, sólo conectarse a la hora de enviarlos; los mensajes se descargan a nuestro ordenador desde el servidor (por lo que la capacidad de este correo nos la marca nuestro ordenador) y podemos leerlos luego desconectados de Internet. Sus desventajas son fácil infectarse por un virus (depende del cliente de correo que usemos) y es necesario configurarlo antes de usarlo.

3.2. RELACIONES PÚBLICAS.

Existen muchas definiciones al respecto, pero se han rescatado dos:

Las Relaciones Públicas su misión es generar un vínculo entre la organización, la comunicación y públicos relacionados, además de convencer e integrar de manera positiva, para lo cual utiliza diferentes estrategias, técnicas e instrumentos; al respecto señala: “El elemento que las mantiene unidas, en la consecución de unos objetivos comunes, es la comunicación. En consecuencia, se teoriza sobre la significación, tanto interna como externa, de las organizaciones. Las Relaciones Públicas son un conjunto de acciones de comunicación estratégica coordinadas y sostenidas a lo largo del tiempo, que tienen como principal objetivo fortalecer los vínculos con los distintos públicos, escuchando, informando y persuadiendo para lograr consenso, fidelidad y apoyo de los mismos en acciones presentes y/o futuras”. (CASTILLO, A.2010:13)⁴⁹

Asimismo, constituyen la función administrativa que evalúa actitudes del público, identifica políticas y procedimientos de una organización con el interés público, y ejecuta un programa de acción, comunicación para generar comprensión y aceptación del público.

Así también, en las Relaciones Públicas resulta primordial conocer inclinaciones humanas, como por ejemplo ideas de una persona acerca de lo agradable o desagradable que aunque solo sea en la imaginación, crea profundos resentimientos, y por eso al tratar con seres humanos hay que considerarlos su individualidad y conjunto, con miedos e ideales, tradiciones, razones, al respecto dice: “La promoción de simpatía y buena voluntad entre una persona, empresa o institución y otras personas, publico especial o la comunidad en su conjunto, mediante la distribución de material interpretativo(...)”. (RAYMOND, S. 1992: 17)⁵⁰

Por tanto, las Relaciones Públicas refuerzan su desempeño en el marco de un entorno social particular y único que debe ser estudiado con máximo esmero para que esas acciones puedan ser interpretadas y aceptadas por distintos públicos a quiénes se dirige un programa.

Todas las definiciones citadas tienen mucho en común; así también según el autor, las relaciones públicas abarcan los siguientes elementos:(RAYMOND, S. 1992: 20, 22)⁵¹

1. Un esfuerzo planificado o función administrativa.
2. La relación entre una organización y sus públicos.
3. Evaluación de actitudes y opiniones del público.
4. Las políticas, procedimientos y acciones de una organización en cuanto se relacionan con públicos de la organización.
5. Pasos adoptados para asegurar que políticas, procedimientos y acciones sean de interés público y socialmente responsables.
6. Ejecución de un programa de acción, comunicación o ambos.
7. Desarrollo de simpatía, buena voluntad, entendimiento y aceptación como el principal resultado final que se busca con las actividades de relaciones públicas.

Entonces, los responsables de la función de relaciones públicas sitúan en práctica un programa planificado, que incluye la comunicación de acciones del público de una organización para dar origen a buena voluntad y aceptación.

3.2.1. EVOLUCIÓN HISTÓRICA DE LAS RELACIONES PÚBLICAS.

Las relaciones públicas nacen cuando una determinada sociedad adquiere plena conciencia de que existe una necesidad de intercomunicación social y al mismo tiempo, el medio presuntamente idóneo para satisfacerla exige conocimientos o aptitudes y un esfuerzo, susceptibles de constituir una profesión autóctona.

Así, el término ya fue utilizado por primera vez en 1882, en una conferencia pronunciada por un abogado -Dorman Eaton- en la Yale Law School bajo el título *The Public Relations and the Duties of the Legal Profession*, con motivo de entrega de títulos a la promoción de 1882 que había finalizado sus estudios en derecho. Otros autores como Noguero, citan precedentes más antiguos concretados en el reverendo Hoyt en 1827 que utilizaba el término con connotaciones de responsabilidad corporativa.

Asimismo, “Thomas Jefferson la primera persona que utilizó el término de Relaciones Públicas en 1802. En 1897, la firma Westinghouse crea el primer departamento de relaciones públicas. En 1908 el presidente de la American Telephone and Telegraph Company”. (RAYMOND, S. 1992: 35)⁵²

3.2.1.1. ETAPAS DE LAS RELACIONES PÚBLICAS.

Después de conocer la evolución histórica de las relaciones públicas, cinco periodos son catalogados en su evolución según el autor: (CASTILLO, A. 2010:69, 70)⁵³

- a) Desde finales del S. XIX a 1914, con algunos ejemplos primigenios de acciones de relaciones públicas que iban configurando su deber ser.
- b) De 1914 a 1918 fuertemente impregnada con técnicas de propaganda, que se aplicaron en la I Guerra Mundial y sobretodo, en Estados Unidos con la gran estrategia de comunicación para convencer a su población de que era necesario entrar en la guerra.

- c) De 1919 a 1929 que arrastra las consecuencias de excesos del periodo anterior y produce una cierta aversión a la potencialidad de la comunicación, pero al mismo tiempo, las relaciones públicas comienzan a insertarse como disciplina universitaria y tiene lugar el primer libro de relaciones públicas.
- d) De 1929 hasta 1945 en la que se potencia la actividad de las relaciones públicas dirigidas a grandes masas, debido a la época de crisis económica de 1929 y el esfuerzo comunicativo -entre otros- que supuso la II Guerra Mundial.
- e) A partir de 1945 y hasta nuestros días, debido principalmente a la extraordinaria influencia norteamericana en los campos político, social y económico.

3.2.1.2. FUNCIONES DE LAS RELACIONES PÚBLICAS.

Además, toda actividad de relaciones públicas está pensada en la Comunicación Estratégica basada en Investigación, Planificación, Comunicación y Evaluación (IPCE) y dentro de sus finalidades está la gestión de la imagen corporativa, mediante el desempeño. Las funciones de relaciones públicas imprescindibles conocerlas al respecto el autor señala las siguientes funciones: (GOMES, L. s/f: 18)⁵⁴

1. **Gestión de comunicación interna:** Importante conocer recursos humanos de la institución y a su vez conozcan políticas institucionales.
2. **Gestión de comunicación externa:** Toda institución debe darse a conocer a sí misma y a su accionariado. Esto se logra a través de vinculación con otras instituciones, tanto industriales como financieras, gubernamentales y medios de comunicación.
3. **Funciones humanísticas:** La información que se transmite sea siempre veraz, la confianza del público es la que permite el crecimiento institucional.
4. **Análisis y comprensión de la opinión pública:** Es necesario persuadir (no manipular) a la opinión pública para ordenar el caos en que está inmersa. Esencial comprender a la opinión pública para poder luego actuar sobre ella.
5. **Trabajo conjunto con otras disciplinas y áreas:** El trabajo de todas relaciones públicas debe tener una sólida base humanista con formación en psicología, sociología y relaciones humanas.

Así también, funciones se definen como el conjunto de actividades diarias que desempeña las personas, al respecto menciona el autor: “Una de las teorías más importantes que se han planteado en las relaciones públicas se refiere a las funciones de los publicirrelacionistas en la vida de la organización (...) estas funciones son administrativas y otras ligadas al marketing. La función de recursos humanos exige algo de comunicación (...).” (LATTIMORE, BASKIN, HEIMAN, TOTH.2007: 52)⁵⁵

También es importante el intercambio con otras áreas dentro de la comunicación como pueden ser publicidad o marketing. Si bien estas últimas tienen fines netamente comerciales, debe existir una coherencia entre mensajes emitidos unas y otras para así colaborar a alcanzar fines institucionales.

Hoy en día, el trabajo de las relaciones públicas tiene mayor importancia y adquiere una índole algo diferente, el autor señala: “(...) llega a públicos o a segmentos de audiencias meta más pequeños y definidos por vía de medios de masas especializados y controlados por organizaciones. En gran medida, este nuevo contexto de las relaciones con los medios se debe a la internet (...)”. (LATTIMORE, BASKIN, HEIMAN, TOTH. 2007: 174)⁵⁶

De esta forma, la internet es tecnología de actualidad que ha transformado más las relaciones con medios y aplicaciones a la página web.

3.2.2. COMUNICACIÓN INTERNA.

Las relaciones públicas están ligadas a la comunicación como elemento central de la práctica con éxito, dice Berlo sobre la comunicación: “tiene como propósito, como meta, la producción de una respuesta. Cuando aprendemos a redactar nuestro propósitos teniendo en cuenta las respuestas específicas de aquellas personas que atienden a nuestros mensajes, hemos dado el primer paso hacia la comunicación eficiente y efectiva”. (BERLO, D. 1960: 36)⁵⁷. La sugerencia de Berlo de que las comunicaciones se concentran en las respuestas que ha de buscarse es muy pertinente para las relaciones públicas.

Precisamente donde la comunicación interna se convierte en una herramienta estratégica clave para dar respuesta a necesidades y potenciar el sentimiento de pertenencia de empleados a la compañía, al respecto señala: “La comunicación interna es la comunicación dirigida al cliente interno, es decir, al trabajador. Nace como respuesta a las nuevas necesidades de las compañías de motivar a su equipo humano y retener a los mejores en un entorno empresarial donde el cambio es cada vez más rápido”. (NUÑIZ, R. s/f.:2)⁵⁸

Asimismo, la comunicación interna es el conjunto de actividades llevadas a cabo por cualquier organización para la creación y mantenimiento de buenas relaciones con y entre sus miembros, a través del uso de diferentes medios que mantengan informados, integrados y motivados para contribuir con su trabajo al logro de metas institucionales; el autor menciona: “(...) la comunicación interna no es un fin, sino un medio y una herramienta insustituible para desarrollar nuevas competencias, que supone el nuevo contrato psicológico que hoy vincula a los hombres con organizaciones: flexibilidad, polivalencia, apertura a los cambios, espíritu de participación, trabajo en equipo (...)”. (GARCIA, J. 1998: 40)⁵⁹

Así también es importante conocer tipos de comunicación existen:

3.2.2.1. TIPOS DE COMUNICACIÓN INTERNA Y HERRAMIENTAS.

La comunicación interna nace como respuesta a nuevas necesidades de compañías de motivar a su equipo humano y retener a mejores en un entorno empresarial donde el cambio es cada vez más rápido. El autor divide la comunicación interna en dos tipos: (NUÑIZ, R. s/f.: 6)⁶⁰

1. **Comunicación ascendente:** Se realiza desde abajo hacia arriba en la jerarquía.
2. **Comunicación descendente:** Se realiza desde arriba hacia abajo en la jerarquía.

Cada tipo de comunicación requiere de unas herramientas diferentes de comunicación. Por ejemplo, entre las herramientas de comunicación descendente encontramos:

CUADRO N°2: COMUNICACIÓN DESCENDENTE

COMUNICACIÓN DESCENDENTE	
HERRAMIENTAS	Tablones de anuncios
	Periódico interno
	Carta al personal
	Jornadas de puertas abiertas
	Reuniones de información
	Entrevista virtual

FUENTE: Elaboración propia 2014

Así también, los diferentes estudios realizados respecto a la comunicación interna coinciden en que la mejor forma de comunicación descendente es la relación personal, seguida muy a la par de la utilización de soportes digitales y escritos.

Por otra parte, entre las herramientas de comunicación ascendente podemos encontrar:

CUADRO N°3: COMUNICACIÓN ASCENDENTE

COMUNICACIÓN ASCENDENTE	
HERRAMIENTAS	Entrevista
	Programa de sugerencias
	Sección en el periódico interno
	Por correo
	Buzón de sugerencias
	Intranet

FUENTE: Elaboración propia 2014

Asimismo, cada empresa, institución y organización dispone de un amplio repertorio de herramientas de comunicación que permite acercarse de mejor manera posible al público al que se dirige, moderar el carácter informativo/afectivo de mensajes, así como el grado de formalidad.

Pero, de nada sirve implantar herramientas de comunicación interna si ésta no nace de una auténtica cultura empresarial convencida de la necesidad de comunicación. Si esta filosofía no está implantada, las herramientas eficaces no servirán, lo único que habrá es perder tiempo y dinero.

En este punto, la capacitación juega un papel importante. Si el personal cuenta con herramientas para comunicarse (habilidades de resolución de conflictos, mensajes etc.), habrá mayores probabilidades de enfrentar directamente los problemas.

3.2.2.1.1. VENTAJAS DE LA COMUNICACIÓN INTERNA.

Promover la comunicación interna es una de las cosas más importantes que se puede hacer para garantizar que la organización funcione adecuada y efectivamente. La buena comunicación interna desarrollará un clima organizacional de apertura que lleve al flujo libre de la comunicación y de información en todas direcciones. La autora señala ventajas de la comunicación interna estas son: (AURICUREN, A. 200:21)⁶¹

- Participes de la organización a la que pertenecemos porque conocemos decisiones, proyectos, iniciativas, etc.
- Habrá posibilidades de participantes en todos procesos y acciones.
- Mayor motivación, y por tanto, se darán más opiniones.
- Mayor información para la toma de decisiones
- Transmitir el sentido de pertenencia al resto, creando cohesión entre los miembros del equipo y en su entorno.
- Formados e informados para mejorar nuestro trabajo y nuestra participación en la organización
- Entidades del entorno con las que tiene relación percibirán la forma de trabajar y se puede conseguir el efecto de contagio. La transparencia de una organización evidencia la falta de transparencia de otra.

Por tanto, muchas empresas ignoran que para ser competitivas y enfrentarse con éxito al cambio, es saber motivar a su equipo humano, retener a mejores, inculcarles una verdadera cultura corporativa para que sientan identificados y sean fieles a la organización. Y es precisamente aquí donde la comunicación interna se convierte en una herramienta estratégica clave para dar respuesta a necesidades y potenciar el sentimiento de pertenencia de empleados a la compañía.

3.2.2.2. COMUNICACIÓN INTERNA TRAS LA PÁGINA WEB.

Es complicado encontrar una organización donde la comunicación interna sea excelente, lo que es comprensible dado que la mayoría de las herramientas que se continúan utilizando responden a modelos organizativos surgidos en el pasado. Al respecto el autor señala: “Las nuevas tecnologías de la información y la comunicación han generado diferentes formas de relacionarse, potenciando la riqueza del conocimiento compartido. El poseer información ya no significa poder. Ahora priman valores como inteligencia colectiva, colaboración, creatividad y el conocimiento construido de manera colectiva (...)”. (SUROWEIECKI, J.2004: 3)⁶²

Asimismo, para favorecer la comunicación, con herramientas de páginas web que reúnen gran cantidad de aplicaciones como puede ser la creación de documentos, que evidentemente pueden compartir, gestión de tareas, establecimiento de listas, regulación de calendarios y consulta del progreso de cada proyecto o el intercambio de mensajes con herramientas que han sido diseñadas específicamente para ello.

Así también, si hay comunicación o cuanto menos formas para que la información fluya de un lado al otro, el autor dice: “Más allá del concepto de intranet, que se fundamenta precisamente sobre la posibilidad de compartir información de forma controlada dentro de la empresa, facilitar la subida de archivos, realizar anuncios para toda la comunidad o incluso crear blogs y wikis de proyectos confidenciales, entre otras funcionalidades, popularización de las redes sociales ha impactado los cimientos de las propias organizaciones”.(TILVES, M. 2013: 3)⁶³

Con esta clase de redes también es fácil localizar cuyos perfiles se adecuan más a requisitos exigidos para ciertas tareas, están volcados en la creación de redes internas. El conocimiento que

tienen los empleados es un valor muy importante dentro de la compañía. Los medios sociales de gestión del conocimiento facilitan la comunicación interna, así como también la colaboración y participación, para distribución de conocimiento.

3.2.2.3. INCONVENIENTES DE LA FALTA DE COMUNICACIÓN INTERNA.

Las nuevas tecnologías, son unas de las herramientas más utilizadas hoy en día dentro de la comunicación empresarial, por su inmediatez e interactividad. Permite potenciar el sentimiento corporativo y motivar a los empleados. Los inconvenientes de la comunicación interna son según el autor:(AURICUREN, A. 200:21)⁶⁴

- Rumorología: “radio patio” se hace líder de audiencia
- Secretismo: Como “la información es poder”, aquí nadie informa
- Desmotivación: Los miembros de la organización no se involucra.
- Apagafuegos: Actuamos solo en caso de conflictos.
- Conflictividad: No comunicar correctamente puede generar mal entendidos y conflictos
- Exaltación o crítica: Lo poco que se comunica es para halagar o criticar al interlocutor
- Incoherencia: No se corresponde lo que se dice con lo que en realidad se hace
- Técnica parapeto: La realidad no es buena y no se enseña
- Autobombo: Informar solo de lo bueno y de manera exagerada. No se informa o comunica lo que hay que mejorar.

3.2.2.4. COMUNICACIÓN INTERNA EN LA PRÁCTICA.

La comunicación interna es la comunicación dirigida al cliente interno (trabajador). Aumenta la satisfacción entre el personal y por tanto rentabilidad final.

En última instancia, el ambiente de la organización se convierte en cultura de organización. El crear una atmósfera que estimule comunicación interna incluye: Poner en práctica lo que se

predica, por ejemplo, escuchar a los demás, actuar rápida y apropiadamente según las inquietudes, sugerencias, preocupaciones, etc. Éste es probablemente el aspecto más importante de crear una atmósfera de apertura. Las personas deben ser consistentemente tratadas como si sus ideas y opiniones importasen. Si esto no sucede, de nada servirá el resto de esta sección.

CUADRO N°4: COMUNICACIÓN

COMUNICAR ES...	COMUNICAR NO ES...
<ul style="list-style-type: none"> • Informar y conseguir respuestas. • Adaptar los mensajes a cada tipo de público. • Llegar a tiempo y saber cuándo y en qué momento hay que hacerlo • Lograr que quien te atiende se interesa por el tema. • Buscar que cosas interesan a tu público en cada momento. • Intentar regirse siempre en el sentido común. • Que cuando tú hables sientas el mensaje como importante, que uno se crea lo que comunica. 	<ul style="list-style-type: none"> • Dedicarse a informar sin buscar ni recibir respuestas. • Decirle algo incomprendible a quien te atiende. • Ser inoportuno. • Lograr que tu interlocutor se duerma de aburrimiento. • Ser parcial, pesado y suspicaz. • Mantenerse pasivo ante los temas de interés.

FUENTE: AURICUREN, Ana. 2008. “Guías de Buenas Prácticas de Comunicación interna”.Madrid:FEAPPS.

También, la comunicación interna es mucho más que un montón de gente hablando entre sí. Es la vida de cualquier organización, la manera en como cualquiera obtiene la información que necesita. Significa que cualquier persona puede obtener fácilmente una respuesta.

CUADRO N°5: COMUNICACIÓN INTERNA

LA COMUNICACIÓN INTERNA DEBE SER ...	LA COMUNICACIÓN INTERNA NO DEBE SER...
<ul style="list-style-type: none"> • Uno de los pilares sobre los que se asienta el trabajo de la organización. • El revulsivo que consigue hacer participar a los miembros de la organización para lograr cooperación hacia unos fines comunes y generar una identidad y cultura propia en un sentido de pertenencia. • Un proceso que implique a todos y cada uno de los miembros de la organización. • Un ejercicio de “escucha inteligente”, que atienda a las respuestas de los interlocutores. 	<ul style="list-style-type: none"> • Una carga que “se debe realizar”. • Un mero intercambio formal de información. • Un proceso único de jefes o subordinados. • Un cauce solo para los “asuntos delicados” de la entidad.

FUENTE: AURICUREN, Ana. 2008. “Guías de Buenas Prácticas de Comunicación interna”.Madrid:FEAPPS.

Además, significa que la cultura organizativa tiene que adoptar la comunicación interna, y los individuos particularmente individuos claves, que pueden ser director y otros administrativos. La buena comunicación interna florecerá si se puede crear un clima organizacional de apertura que lleve al flujo libre de la comunicación y de información en todas direcciones. Para ello, se deben ajustar sistemas de organización o crear nuevos para fomentar, en lugar de evitar, la comunicación interna; además, deben crear definiciones claras de lo que necesita ser comunicado y por quién. El monitorear y ajustar la comunicación interna ayudará a mantenerla al nivel necesario a lo largo de la vida de la organización.

3.2.3. ANÁLISIS DE PÁGINAS WEB.

El análisis de sitios Web semejantes al que se pretende desarrollar en este trabajo representa la posibilidad de observar el modo en que otras instituciones han resuelto su presencia en la red. El objetivo de esta observación crítica no es señalar defectos y virtudes, clasificar sitios o verificar la aplicación práctica de conceptos sobre el diseño Web. El propósito de nuestro análisis es reconocer estrategias utilizadas por sitios similares para presentar su institución en la Web, y examinar la posible existencia de elementos comunes entre ellos. Se trata, en definitiva, de recoger experiencias de otros desarrollos, y evaluar soluciones implementadas en función de su

posible adecuación a nuestra propuesta.

De acuerdo con estos criterios, las páginas web seleccionados para el análisis son los que se presentan en la siguiente tabla:

CUADRO N°2: PÁGINAS WEB DE PAÍSES Y CIUDADES

INSTITUCIÓN	PAÍS O CIUDAD	CARÁCTER	URL
Gobernación de Magdalena	Colombia	Público	www.magdalena.gov.co
Gobierno de la Provincia de Salta	Argentina	Público	www.salta.gov.ar
Gobernación de Santa Cruz	Bolivia	Público	www.santacruz.gob.bo
Gobernación de Cochabamba	Bolivia	Público	www.cochabamba.gob.bo

FUENTE: Elaboración Propia 2014

3.2.3.1. ANÁLISIS DE LA PÁGINA WEB DE LA GOBERNACIÓN DE MAGDALENA COLOMBIA.

➤ CARACTERÍSTICAS GENERALES.

La página Web de la Gobernación de Magdalena – Colombia, orientada a la presentación de contenidos generales sobre la vida institucional de la Gobernación. Desde su home page se puede acceder a diferentes secciones como: “Nuestra Gobernación”, “Trámites y servicios”, “Planeación y ejecución”, “Presupuestos y finanzas”, “Participación” y “Atención a la ciudadanía”. La página principal contiene titulares y un sumario de noticias más destacadas. También ofrece una serie de enlaces a servicios e información sobre el propio sitio como página de contacto, mapa del sitio, cuadro para realizar búsquedas y libro de visitas, entre otros.

GRÁFICO N°1: PÁGINA WEB DE LA GOBERNACIÓN DE MAGDALENA - COLOMBIA



FUENTE: www.magdalena.gov.co

➤ ORGANIZACIÓN Y CONTENIDOS

La organización de la información responde a un criterio jerárquico, en general, refleja la organización interna de la institución. La página principal del sitio tiene como contenido central vínculos para enlazar diferentes páginas y sumarios que resumen noticias y novedades importantes de la Gobernación. Los vínculos de barra vertical de la derecha dividen mediante titulares a los usuarios del sitio presentando vínculos con información específica de la Gobernación de Magdalena.

➤ DISEÑO

Colores que dominan el sitio web son: café y blanco. Este último es el color de fondo que se aplica para la totalidad de los documentos. El café se utiliza en el menú de opciones y la zona derecha de la página, mientras un blanco aparece en la parte superior donde aparecen escudo de la Gobernación. El sitio cuenta con pocos elementos gráficos y la información que se presenta en

el cuerpo de la página está compuesta exclusivamente por texto.

3.2.3.2. ANÁLISIS DE LA PÁGINA WEB DEL GOBIERNO DE LA PROVINCIA DE SALTA – ARGENTINA.

➤ CARACTERÍSTICAS GENERALES.

La página Web del Gobierno de la Provincia de Salta, recibe al usuario con una portada principal estructurada sobre la base de vínculos hacia sus diferentes secciones y una imagen ilustrativa de gran tamaño. La estrategia utilizada para la página principal ha sido combinar la utilización de un menú de opciones con un diseño similar a la portada de una revista. El contenido del sitio está orientado a explicar características de la Gobernación como institución (Horarios, provincia, autoridades, organismos, servicios, información y contactos).

GRÁFICO N°2: PÁGINA WEB DEL GOBIERNO DE LA PROVINCIA DE SALTA - ARGENTINA



FUENTE: www.salta.gov.ar

➤ ORGANIZACIÓN DE CONTENIDOS.

A diferencia de la página web de la Gobernación de Magdalena – Colombia, no posee una información específica de la gobernación, sino que está contenido en una carpeta. Otra disimilitud que se advierte claramente que no cuentan con un conjunto de páginas cuyo diseño y organización general difieran del sitio de la Gobernación. Por el contrario, se encuentran fuertemente integradas por varios factores: a) Documentos guardan una estructura visual similar; b) Mismo repertorio de elementos gráfico como líneas, títulos, cuadros, entre otros; c) Enlaces de del menú de opciones no se abren en una ventana diferente, sino que lo hacen dentro de la misma pantalla del navegador; y d) Encabezado de cada página solo contiene un escudo y nombre de la gobernación.

➤ DISEÑO.

Como señalamos anteriormente, el diseño de las páginas web de la Gobernación de Salta – Argentina, guarda una misma estructura visual. El encabezado de páginas es idéntico en cada una de ellas y compuesto por una imagen con el texto ubicado sobre el margen derecho. Sobre la

izquierda, se encuentran una imagen de gran tamaño, la barra de navegación color negro con letras blancas. Debajo otra barra color negro con opciones secundarias ya mencionadas. Más abajo ubicado una pequeña guarda que repite este mismo color y separa el área de navegación donde vínculos estructurales del sitio del área reservada para presentar los contenidos.

3.2.3.3. ANÁLISIS DE LA PÁGINA WEB DE LA GOBERNACIÓN DE SANTA CRUZ – BOLIVIA.

➤ CARACTERÍSTICAS GENERALES.

La página web de la Gobernación de Santa Cruz – Bolivia, cuenta con características que lo diferencia de otras páginas web analizados anteriormente. La Web de la Gobernación no es solo un sitio de perfil institucional, sino un espacio donde se presentan contenidos relacionados con el campo de la comunicación como noticias en línea (televisión y radio). De hecho, todo el menú de opciones de la página web está situado en la parte inferior.

GRÁFICO N°3: PÁGINA WEB DE LA GOBERNACIÓN DE SANTA CRUZ - BOLIVIA



FUENTE: www.santacruz.gob.bo

➤ **ORGANIZACIÓN DE CONTENIDOS.**

La estructura general del sitio también presenta algunas novedades. La posición del menú de opciones de la página web se encuentra en la parte inferior ocupada una de ellas con una imagen que lo caracteriza a cada uno de ellos. Contiene información detalladamente de toda la Gobernación de Santa Cruz. Es decir, no se repite el esquema de la Gobernación de Magdalena y de Salta donde para llegar a enlaces había que seguir la estructura.

➤ **DISEÑO.**

Nivel gráfico también se evidencian diferencias en utilización de colores, construcción de las páginas, distribución visual de elementos y presencia de elementos multimedia. En ambos casos presentan una home page basada en una serie de vínculos distribuidos con distintas posiciones en la pantalla que utilizan líneas, puntos y cuadros en la composición visual. Además con una variedad de imágenes que llama atención y colores que distingue a santa cruz son: verde y blanco.

**3.2.3.4. ANÁLISIS DE LA PÁGINA WEB DE LA GOBERNACIÓN DE COCHABAMBA
– BOLIVIA.**

➤ **CARACTERÍSTICAS GENERALES.**

La página web de la Gobernación de Cochabamba – Bolivia, tiene como particularidad brindar el servicio de conectividad a Internet, además información de asambleas y auditorias. Es importante realizar esta consideración, ya que el sitio Web de la gobernación de Cochabamba contiene diversas páginas y secciones dedicadas a la información.

GRÁFICO N°4: PÁGINA WEB DE LA GOBERNACIÓN DE COCHABAMBA - BOLIVIA



FUENTE: www.cochabamba.gob.bo

➤ ORGANIZACIÓN DE CONTENIDOS.

Uno de las características más llamativas de la Página Web, la cantidad de vínculos que ofrece al usuario: veinte en el menú vertical de la derecha, ocho en barra de navegación superior, más un listado de recursos y páginas en el centro de la pantalla como buscadores, medios de comunicación. En cuanto a contenidos relacionados con actividades de la gobernación, la página web cuenta con información sobre tareas que realiza como asambleas entre otros.

➤ DISEÑO.

En la navegación del sitio, es posible observar diferentes estructuras de página, y distintos elementos gráficos utilizados en el diseño. Las páginas con información general sobre la gobernación, el listado informes de auditoría, y convenios institucionales, mantienen la misma estructura general de la página principal: a) Un encabezado con la imagen del escudo de la gobernación, mapa de la ciudad de Cochabamba y su nombre; b) Barra de navegación superior con enlace a páginas interiores; c) Columna en el margen derecho con vínculos; y d) Presentación de información relativa a la página en el interior del área que definen los elementos.

Además, con la fotografía del Gobernador en la parte izquierda de la página web.

3.2.4. CONSIDERACIONES GENERALES SOBRE LAS PÁGINAS WEB ANALIZADOS.

Señalamos en la introducción de este capítulo la búsqueda de ciertas regularidades, rasgos comunes y elementos distintivos como objetivo del análisis.

Si bien se observaron diversos modos de construir la arquitectura de información y un amplio conjunto de elementos y criterios para el diseño gráfico, es posible indicar algunas generalidades que pueden servir como pautas e indicadores para la formulación de nuestra propuesta en la construcción de un modelo de página Web perteneciente a la Unidad de Capacitación de Personal del Gobierno Autónomo Municipal de El Alto

El análisis sobre la organización de contenidos y estructura general de información, indica que en varios casos distintas Gobernaciones, poseen un conjunto de páginas con arquitectura y diseño distintivos. Aunque en mayoría de casos estos sitios guardan ciertos elementos identificativos que permiten identificar la Gobernación a la que pertenecen, en general, construyen una identidad propia sobre la base de una arquitectura y estructura de navegación personal, y un repertorio particular de elementos gráficos.

En síntesis, se advierte en los sitios WEB analizados y especialmente en mayor tamaño, la diferenciación a través de la organización de contenidos y diseño gráfico que procuran realizar las diferentes unidades académicas.

En cuanto a la estructura interna de las Páginas WEB, en general desarrollan un esquema de navegación centrado en el usuario, es decir, que no reproducen el organigrama interno de la institución, sino distribuyen contenidos sobre la base de facilitarles experiencia de uso a los visitantes. Algunas secciones o áreas temáticas que se repiten con cierta frecuencia en diferentes sitios son:

a) Información institucional. Se presenta la institución, historia y actualidad, en ocasiones fotografías o mapas de la distribución de diferentes edificios en el campus. También suele incluirse el listado de autoridades.

d) Noticias. Novedades informativas de cada gobernación, eventos, reuniones, fechas de

inscripciones, u otros.

e) Organización interna. Institutos, departamentos, direcciones y dependientes. Si tienen sitio propio se proporciona el enlace.

f) Contacto. A través de formularios on-line o vínculos a direcciones de correo electrónico, todos los sitios ofrecen una dirección para comunicarse a usuarios. Este repaso sobre el esquema de sitios y secciones que repiten con frecuencia es de carácter general, en cada sitio asumen diferentes denominaciones, y algunos rubros se desdoblán o agrupan.

El acceso a diferentes partes del sitio está mediado por hipertextos y vínculos que constituyen la columna vertebral de la interfaz de usuario. En todos los sitios analizados, se tiende a la construcción de una interfaz consistente y fácil aprendizaje. Este se traduce en la repetición de barras de navegación y menús en forma idéntica a lo largo de las páginas, que están delimitados del resto del contenido de las páginas por recuadros de color, líneas, o ambos.

La mayor parte de veces, vínculos hacia cada sección están formados por textos, hipertextos o imágenes de mapa de bits con texto en su interior. Son pocos los sitios que desarrollan una iconografía; y cuando hacen recurren a gráficos muy convencionalizados como un sobre para la dirección de e-mail, una casa para enlazar la home page, flechas hacia la derecha e izquierda para indicar avance o retroceso respectivamente.

Una división que se observa en varios casos analizados es distinguir vínculos de contenidos, aquellos que conducen a notas, artículos, informaciones, de vínculos de recursos del sitio, como puede ser páginas de contacto, e-mail, mapa del sitio o ayudas.

En relación al tratamiento de texto en las páginas Web, es posible observar la predominancia de tipografías como “Arial” o “Verdana” y separación de párrafos mediante saltos de línea o el uso de etiquetas HTML.

La utilización del color en cada sitio es diferente y responde a elección de una estética gráfica particular. En todos casos tomados para el análisis el color es un fuerte elemento identificador de las páginas que componen un sitio, facilita su reconocimiento y otorga continuidad. Franjas y recuadros de color, se ubican generalmente sobre márgenes de páginas, como fondo de una lista de enlaces o para dividir diferentes áreas de las páginas web.



CAPÍTULO IV

MARCO METODOLÓGICO

4. MARCO METODOLÓGICO.

4.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN.

En la presente investigación es **cuantitativo - cualitativo** de tipo **descriptiva y propositiva**

La investigación descriptiva es: Describir en términos metodológicos consiste en indicar todas las características del fenómeno que se estudia, el autor precisa señalando que “(...) Desde el punto de vista científico, describir es medir, parten del hecho de que hay una cierta realidad(...)el objetivo central de estas investigaciones esta en proveer un buen registro de los tipos de hechos que tiene lugar dentro de esa realidad y que la definen o la caracterizan sistemáticamente(...).(OCAMPO,J.2009:62)⁶⁵

Esta definición es importante, por cuanto implica por parte del investigador la capacidad y disposición de evaluar y exponer, en forma detallada, características del objeto de estudio. Además, estos estudios permiten poner de manifiesto conocimientos teóricos y metodológicos que evidencia el nivel cognitivo, operativo de conceptos y categorías relacionados con el tema.

El tipo de investigación es descriptivo porque se han descrito relaciones entre dos o más variables en un momento determinado, se estudió a la institución del Gobierno Autónomo Municipal de El Alto, y observados de manera participativa efectos para analizar posibles resultados.

Asimismo, observado de manera participativa a servidores públicos del Gobierno Autónomo Municipal de El Alto, elaborar instrumentos para la información que han facilitado realizar el diagnostico que ha permitido identificar falencias comunicacionales internas en la institución.

Así también es una investigación propositiva, porque se ha elaborado una propuesta efectivamente, de una página web para la Unidad de Capacitación de Personal del Gobierno Autónomo Municipal de El Alto, que permite informar, actualizar y organizar en la institución. Diseñado para mejorar la comunicación interna del Municipio de El Alto. Además todo el quehacer investigativo en la mencionada área, instituyendo bases para la generación del conocimiento que dé respuesta a la problemática.

El diagnostico ha contribuido a realizar inferencias que ha llevado a la construcción de una propuesta comunicacional que involucre a todo el Municipio de El Alto para mejorar la

comunicación interna a través de la página web; que beneficie a servidores públicos del G.A.M.E.A.

4.2. MÉTODO.

En la presente investigación utilizado el **método inductivo**, ya que este va de lo particular a lo general. Así también, permitió tener un contacto directo con las partes fundamentales de la investigación

4.3. ENFOQUE.

El enfoque de este TRABAJO DIRIGIDO es **Teórico Latinoamericano**, porque busca mejorar la comunicación para el desarrollo de la sociedad, como un desafío a la producción de otro conocimiento concebido de las experiencias que a nivel local y regional se vienen desarrollando como alternativa a discursos y prácticas hegemónicas del desarrollo. Estas experiencias opuestas y particulares permiten también los procesos comunicacionales institucionales en organizaciones con fines públicos (estatales, sociales, comunitarias y de la economía social y popular) en la que estrategias de comunicación revisten objetivos y destinatarios diferenciados y complementarios.

Así también, profundos cambios ocurridos en el campo de comunicación debido a la convergencia de tecnologías informáticas, telecomunicaciones y audiovisuales, han revolucionado formas producción, difusión y recepción de información, alterando relaciones de intercambios entre emisores y receptores, usuarios mismos hasta el punto de permitir otras modalidades de interrelación mediatizadas pero interactivas, dialógicas, en tiempo real y personalizadas.

Además, las modificaciones están obligando a la revisión de conceptos de información y comunicación que son utilizados en las Ciencias de la Comunicación, los cuales se han visto alterados al ser modificados dimensiones tiempo y espacio sobre cuales se habían sostenido.

4.4. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

Esta investigación se encuentra dentro del diseño de Campo No Experimental, dado que se observaron fenómenos, hechos, situaciones o sujetos en su ambiente natural o realidad, no han sido provocados intencionalmente por el investigador. Los autores refieren de una investigación

no experimental: “Es aquella que se realiza sin manipular deliberadamente variables. Es decir, una investigación donde no hacemos variar intencionalmente las variables independientes. Lo que hacemos en la investigación no experimental es observar fenómenos tal y como se dan en su contexto natural, para después analizarlos”. (HERNÁNDEZ, FERNÁNDEZ Y BAPTISTA.2003:89)⁶⁶

Según la perspectiva temporal, dada que datos obtenidos se analizaron en el momento actual para de esta forma diseñar la página web acorde a la realidad del contexto. Asimismo, se considera que la misma, de ser formalizada por la institución, tendrá continuidad en el tiempo, ya que abrirá oportunidades de información coordinada, pertinente y actualizada en la cual está inserta.

El estudio es descriptivo se analizó la situación actual de la Unidad de Capacitación de Personal, desde el punto de vista de su situación comunicacional. El autor al referirse al estudio descriptivo, la define como “aquel que comprende la descripción, análisis e interpretación de la naturaleza actual, composición o procesos de los fenómenos”. (TAMAYO, M.1992:36)⁶⁷

En la investigación se introducen dos grandes momentos. En el primero de ellos realizado un diagnóstico en el Gobierno Autónomo Municipal de El Alto sobre la comunicación interna estableciendo necesidades existentes en la institución, posteriormente un análisis comparativo de la investigación realizada en la institución y pertinencia con la problematización revelada en el diagnóstico. El segundo momento, se cumplió al precisar necesidades e intereses de investigación en la Unidad de Capacitación de Personal.

4.5. POBLACIÓN Y MUESTRA.

4.5.1. POBLACIÓN.

Se entiende por población según el autor: “Todas las unidades de observación, individuos o conglomerados que tienen características similares o diferentes, pero que pueden ser estudiados”. (NUÑEZ, T.1997:19)⁶⁸

En la investigación propuesta y en función de datos que requieren para fases de la investigación, el universo poblacional constituido por servidores públicos del Municipio de El Alto, asciende a

la cantidad de mil quinientos (1.500) funcionarios públicos, realizando actividades en distintas Oficinas, Direcciones y Unidades.

4.5.2. MUESTRA.

Con relación a la muestra, determinada por la cantidad de elementos que realmente participan en la investigación, al respecto el autor expone: “La muestra es un subconjunto o parte de la población u universo en que se llevara a cabo la investigación con el fin posterior de generalizar los hallazgos al todo. La muestra descansa en el principio de que las partes representan al todo y por tal refleja las características que definen la población de la cual fue extraída, la misma nos indica que es representativa. Es decir, que para hacer una generalización exacta de una población es necesario tomar una muestra representativa cuyos resultados serán generalizados y, por tanto, la validez de la generalización depende de la validez, selección y tamaño de la muestra.”(CHUQUIMIA, R. 2005: 119)⁶⁹

Para este TRABAJO DIRIGIDO se utilizó el Muestreo sistemático definida como: “El muestreo sistemático consiste en seleccionar como elemento maestra la amplitud del intervalo numérico que es la base de la selección de la muestra; es decir cada caso de una lista o grupo, como cada décima persona de una lista de alumnos o cada centésimo individuo que aparezca en el directorio de los miembros de una organización” (CHUQUIMIA, R. 2005: 125)⁷⁰

Para calcular el tamaño muestral y el intervalo del estrato determinado se realizó mediante la fórmula de Chuquimia, R.,

$N =$ número de la Población

$n =$ número de la muestra

$k = N/n$ intervalo

En este sentido y realizando el cálculo se tiene:

$N = 1500$ servidores públicos del Gobierno Autónomo Municipal de El Alto

$n = 300$ servidores públicos

$k = 1500/300 = 5$ intervalo numérico

4.6. INSTRUMENTOS Y TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN.

En la recolección de información utilizado técnicas de observación y encuesta aplicadas a la muestra, sostiene que: “La encuesta es una técnica de adquisición de datos de información de interés por medio de preguntas, sus respuestas permiten estudiar determinados hechos fenómenos a través de lo expresado (...)” (CHUQUIMIA, R. 2005: 147)⁷¹

Los instrumentos son medios utilizados para la recolección de datos. Para la técnica de la encuesta se tomó como instrumento el cuestionario, “Consiste en un conjunto de preguntas respecto a una o más variables a medir” (HERNÁNDEZ, FERNÁNDEZ Y BAPTISTA.2003:285)⁷², ordenadas coherentemente, que responde por escrito la persona interrogada, sin que sea necesaria la intervención de un encuestador.

Para el estudio propuesto, se requirió la aplicación de dos instrumentos. El instrumento A, estuvo estructurado por ocho preguntas cerradas y tres preguntas abiertas, dirigido a servidores públicos del GAMEA, para conocer la situación comunicacional interna que presenta la institución a través del diagnóstico de la praxis contable en dichas unidades. El instrumento B organizado por catorce preguntas de selección múltiple. El mismo fue aplicado a FUNCIONARIOS PÚBLICOS para determinar aplicación de la página web.

La recopilación de información que da sustento, se obtuvo a través de documentos extraídos de fuentes bibliográficas.

Instrumentos y técnicas utilizados para recolección de información son:

CUADRO N°6: MARCO METODOLÓGICO

METODOLOGÍA	MÉTODO	TÉCNICAS	INSTRUMENTOS	HERRAMIENTAS
Cuantitativo	Inductivo	Encuesta	Cuestionario	Papel Bolígrafos
Cualitativo		Observación	Diario de campo	Papel Bolígrafos

FUENTE: Elaboración propia 2014

Para recolectar información en la institución del Gobierno Autónomo Municipal de El Alto, que permitiera la validación de esta propuesta se utilizó la técnica de: encuesta y observación, con instrumentos del cuestionario y diario de campo; para lo cual consiste en obtener información de sujetos de estudio (Servidores Públicos del G.A.M.E.A.), proporcionada de manera individual y conocer opiniones, actitudes o sugerencias. Asimismo, herramientas utilizadas para cada uno de instrumentos son: papel y bolígrafo.

Los datos acerca del nivel de conocimientos y opiniones sobre la comunicación interna del Gobierno Autónomo Municipal de El Alto y medios de comunicación utilizados para la difusión de información por la Unidad de Capacitación de Personal, son obtenidos a través de dos encuestas con la aplicación de un instrumento como los cuestionarios (Ver anexos A y B).

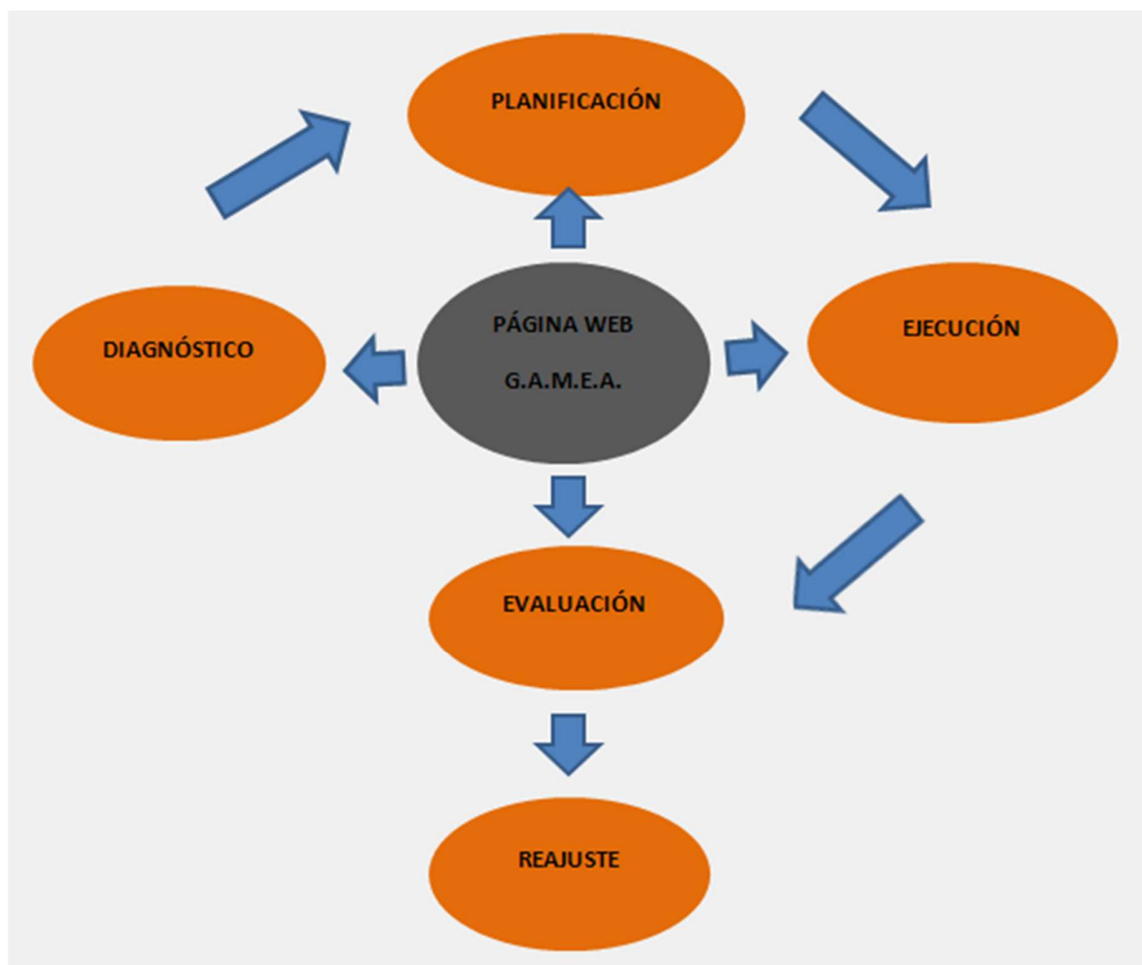
CAPÍTULO V

APLICACIÓN DE LA PROPUESTA

5. APLICACIÓN DE LA PROPUESTA.

5.1. PROPUESTA – PÁGINA WEB PARA APOYAR LA COMUNICACIÓN INTERNA DEL GOBIERNO AUTÓNOMO MUNICIPAL DE EL ALTO.

GRÁFICO N°5: PLAN DE DESARROLLO DE LA PROPUESTA



FUENTE: Elaboración propia 2014

El diseño de la página web para la Unidad de Capacitación de Personal del Gobierno Autónomo Municipal de El Alto, con el objetivo de mejorar la comunicación interna del Municipio alteño, y emitir información actualizada hacia servidores públicos, sea capacitado, para un ejercicio de calidad, eficiencia y eficacia dentro de sus funciones en la institución.

5.1.1. DIAGNÓSTICO.

El análisis situacional de la institución que se realiza en la etapa inicial el diagnóstico, el autor al respecto señala: “(...) el diagnóstico como una investigación, cuyo objetivo central es descubrirlas características fundamentales de la realidad. No debería transformarse en un ejercicio extremadamente largo, minucioso y menos teórico, es decir, se trata de realizar un diagnóstico operativo y práctico. Al final, la idea es contar con un instrumento que realmente sirva a nuestro propósito de planificar y formular el proyecto.” (GARCIA, R. 2009: 30)⁷³

El diagnóstico fue realizado en el Gobierno Autónomo Municipal de El Alto, sobre la comunicación interna en los servidores públicos de la institución.

El diagnóstico se desarrolla, caracterizando al Gobierno Autónomo Municipal de El Alto (G.A.M.E.A.) especificando aspectos más importantes, es decir estableciendo características comunicacionales.

Asimismo, considerado para el marco teórico puntos más importantes como: relaciones públicas, comunicación interna y página web. Desde el punto de vista analítico y sintético se han buscado diversos aspectos y componentes del presente Trabajo Dirigido, permitiendo analizar y constituir distintos conceptos para que a través de resultados concretos describa y llegue a conclusiones.

5.1.2. OBSERVACIÓN.

Históricamente la observación fue el primer método científico empleado y constituyo el modo básico de conseguir información, el autor señala: “La observación como método científico nos permite obtener conocimiento acerca del comportamiento del objeto de investigación tal y como se da en la realidad, es una manera de obtener la información directa e inmediata sobre el fenómeno (...)”. (CHUQUIMIA, R. 2005: 139)⁷⁴

Asimismo, mediante la observación realizada en el Gobierno Autónomo Municipal de El Alto, se detectó deficiencia en la comunicación interna en servidores públicos del Municipio.

Así también, observado que en la Unidad de Capacitación de Personal existe menor participación de servidores públicos en capacitaciones que realiza la unidad.

5.1.2.1. DIARIO DE OBSERVACIÓN.

Cuestiones que se consideró para el registro de observación en la institución:

- ❖ **Institución:** Gobierno Autónomo Municipal de El Alto (G.A.M.E.A.)
- ❖ **Año:**2013
- ❖ **Unidad a cargo:** Unidad de Capacitación de Personal
- ❖ **Número, rasgos generales del grupo:** Servidoras y servidores públicos del Gobierno Autónomo Municipal de El Alto.
- ❖ **Lugar donde se desarrolla:** Edificio del Municipio de El Alto, ubicado en Calle 13 esq. Av. 6 de Marzo N° 270 – Zona 12 de Octubre
- ❖ **Nombre de los observadores:** Carmen Tiñini Tiñini y Celina Frida Flores Nolasco
- ❖ **Fecha:**16 de septiembre de 2013
- ❖ **Objetivo de observación en la institución:** Conocer la comunicación interna de la institución y medios de comunicación que utilizan para la información de programas de capacitación que realiza la Unidad de Capacitación de Personal.
- ❖ **Propuesta metodológica:**
 1. **Actividades que realiza la Unidad:** La Unidad de Capacitación de Personal, está a encargada a realizar programas de capacitación permanentes para servidores públicos del G.A.M.E.A.
 2. **Capacidades que se ponen en juego en el transcurso de las capacitaciones:** Las capacitaciones realizadas están orientadas a calificar el Talento Humano de la entidad, de manera que logren adquirir conocimientos para emplear en sus diferentes labores diarias.
 3. **Formas de interacción y participación:** Servidores Públicos – Unidad de Capacitación de Personal
- ❖ **Medios de comunicación utilizados:** Los medios de comunicación utilizados son: impreso (circulares) y vía teléfono, para la información sobre programas permanentes de capacitación a servidores públicos del Municipio de El Alto. Asimismo no existe un medio de comunicación digital (página web) en la Unidad de Capacitación de Personal para que la información que se emite sea actualizada, eficiente e inmediata.

- ❖ **Evaluación:** Existe menor participación en capacitaciones que realiza la Unidad de Capacitación de Personal por falta de información inmediata. Además la institución tiene convenios con el Centro Nacional de Capacitación CENCAP, Escuela de Gestión Pública Plurinacional EGPP, Fundación UNIR Bolivia, Ministerio de Economía y Finanzas Públicas.
- ❖ **Dificultades que presenta la institución:** La comunicación interna es deficiente en la institución, servidores públicos no asisten a capacitaciones realizadas. Además cada uno de ellos deben cumplir una carga horaria de capacitación anual

5.1.2.2. EVALUACIÓN DEL TRABAJO DE INDAGACIÓN EN EL CAMPO INSTITUCIONAL.

Constituyen el objeto de evaluación todos los aspectos y actividades que confluyen en el proceso que logra a través del trabajo. Se juzga tanto el trabajo de la Unidad de Capacitación de Personal como el de funcionarios públicos.

Se evalúa por medio de la observación sistemática como servidores públicos son informados acerca de capacitaciones que realiza la Unidad de Capacitación de Personal, y la asistencia en cada uno de ellos. Así también, se evalúa mediante observación la comunicación interna del Gobierno Autónomo Municipal de El Alto.

Criterios de evaluación.

Referidos a la etapa de capacitación de servidores públicos del G.A.M.E.A.:

1. Responsabilidad y compromiso del grupo en la asistencia a consultas y preparación para capacitaciones en que asisten.
2. Cumplimiento de fechas, horarios de inscripción para distintas capacitaciones.
3. Selección de material pertinente con anticipación para capacitaciones a realizarse en la institución.
4. El tipo de medio de comunicación utilizado para la información de capacitaciones de la Unidad de Capacitación de Personal.
5. Flujo de comunicación e información en distintas Oficinas, Direcciones y Unidades del Municipio de El Alto.

5.1.3. ENCUESTA.

La encuesta cuenta con una estructura lógica, al respecto señala: “La encuesta es un cuestionario (...) contiene una serie de ítems de preguntas estructuradas, formuladas y llenadas por un empadronador, frente a quien el encuestado responde”. (NARVÁEZ, D. 1994: 64)⁷⁵

La encuesta fue aplicado para determinar la necesidad de aplicar una página web en la Unidad de Capacitación de Personal, logro identificar varias falencias en la comunicación interna, de esta forma se atrajo distintos tópicos y puntos de vista que tienen servidores públicos con respecto a información que emite la unidad sobre capacitaciones.

La encuesta dirigida al público interno (servidores públicos del G.A.M.E.A.), mediante cuales se indagaron sobre cuáles fueron medios de comunicación utilizados para la información de capacitaciones para funcionarios públicos.

Asimismo, la encuesta dirigida a servidores públicos del G.A.M.E.A., se realizó con la utilización del cuestionario, compuesta por diez (10) preguntas cerradas y tres (3) preguntas abiertas, de acuerdo a las exigencias del presente Trabajo Dirigido.

Así también, el cuestionario aplicado a funcionarios públicos del Municipio de El Alto, realizado para conocer la comunicación interna de la institución. Asimismo, el cuestionario aplicado a servidores públicos permitió conocer falencias de comunicación de la Unidad de Capacitación de Personal encargada de capacitar a funcionarios públicos del Municipio alteño.

5.1.4. NECESIDADES.

Luego de realizar un exhaustivo levantamiento de información y realizado las encuestas necesarias a diferentes grupos de personas. Muestran necesidades que a continuación presentamos:

5.1.4.1. NECESIDADES DE LAS SERVIDORAS Y SERVIDORES PÚBLICOS DEL GOBIERNO AUTÓNOMO MUNICIPAL DE EL ALTO

- Realizar consultas sobre programas permanentes de capacitación y actualización.
- Realizar consultas de fechas, requisitos para la inscripción para programas capacitación y actualización que realiza la Unidad de Capacitación de Personal.
- Obtener material con anticipación para participación en programas de capacitación y actualización.
- Consulta del calendario de actividades y fechas de entrega de certificados de participación.
- La inaccesibilidad a una página web en el que se facilite el estar informado a diario.
- Realizar consulta de cualquier índole a la Unidad de Capacitación de Personal.

5.1.4.2. NECESIDADES DE LA UNIDAD DE CAPACITACIÓN Y EVALUACIÓN DE PERSONAL DEL GOBIERNO AUTÓNOMO MUNICIPAL DE EL ALTO

- Facilitar planillas de inscripción para la participación en programas de capacitación y actualización que realizan.
- Llevar un control efectivo en cuanto a la asistencia en programas permanentes de capacitación y actualización.
- Dar conocimiento inmediato a servidores públicos sobre programas de capacitación y actualización.
- Publicar de manera oportuna el cronograma semestral.
- Facilidad de comunicación de Unidad de Capacitación de Personal - servidor público.
- Publicación de fechas y entregas certificadas de participación.
- Facilitar notas sobre algún curso realizado.

5.1.5. ANÁLISIS F.O.D.A.

El termino FODA es una sigla conformada por primeras letras de palabras: Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas, al respecto el autor nos señala: “El análisis FODA es una herramienta que permite conformar un cuadro de la situación actual en la que nos encontramos, permitiendo de esta manera obtener un diagnóstico preciso que permite en función

de ello tomar decisiones acordes con los objetivos y políticas formulados”. (OCAMPO, J. 2009: 98)⁷⁶

Asimismo, FODA es una herramienta de análisis estratégico, que permite analizar elementos internos o externos en cuestión de programas. Así también, es una manera de considerar a la Unidad de Capacitación de Personal. Un ejercicio de FODA puede ayudar a proporcionar nuevas ideas sobre el trabajo, identificando factores que lo influyan tanto actuales como en el futuro.

FORTALEZAS: Del fenómeno, institución o actividad sometida a estudio que significa a describir, analizar aspectos que constituyen en la fuerza conceptual, operativa y real de todo.

OPORTUNIDADES: Son opciones de mejora que hallan fuera del objeto de estudio, en entorno o contexto institucional, social y económico.

DEBILIDADES: Consideradas aspectos que desfavorecen al fenómeno o institución y que es necesario revertir.

AMENAZAS: Son elementos externos que constituyen en un rechazo para el normal desarrollo del fenómeno estudiado.

Para realizar el presente estudio y detectar necesidades comunicacionales de funcionarios públicos y la Unidad de Capacitación del Personal del Gobierno Autónomo Municipal de El Alto, se utiliza el análisis F.O.D.A. (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas), permite detallar un análisis de contexto de la Unidad de Capacitación de Personal del Gobierno Autónomo Municipal de El Alto, asimismo, como una perspectiva a futuro. El análisis FODA realizado en la institución es el siguiente:

5.1.5.1. FORTALEZAS:

- La unidad de Capacitación de Personal cuenta con alianzas de distintas instituciones como: Centro Nacional de Capacitación (CENCAP), Escuela de Gestión Pública Plurinacional (EGPP), Fundación UNIR Bolivia, Fundación ALBOR.

5.1.5.2. OPORTUNIDADES:

- Crear alianzas nacionales e internacionales para optar temas de mayor interés a los servidores públicos del Gobierno Autónomo Municipal de El Alto.

5.1.5.3. DEBILIDADES

- La falta de nuevas tecnologías para la información y comunicación
- Menor participación en programas de capacitación y actualización de servidoras y servidores públicos.
- Falta de capacitación en el personal del G.A.M.E.A., respecto en el área de atención al público.
- Funcionarios anexos del Gobierno Autónomo Municipal de El Alto son varios donde se encuentran personas con formación académica a nivel básico
- Deficiencia en la comunicación interna de la institución.

5.1.5.4. AMENAZAS:

- Constantes denuncias de corrupción.
- Menor participación en capacitaciones de funcionarios públicos.

5.1.6. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS.

Para realizar el diseño y la aplicación de una página web en la Unidad de Capacitación de Personal del Gobierno Autónomo Municipal de El Alto (G.A.M.E.A.), se realizó dos tipos de encuestas a servidoras y servidores públicos; en la elaboración del cuestionario llega a establecer la necesidad de nuevas tecnologías para la información sobre capacitaciones, así también se aplicó otro cuestionario para la aplicación de la página web; además se evidencia dos razones importantes, las cuales son:

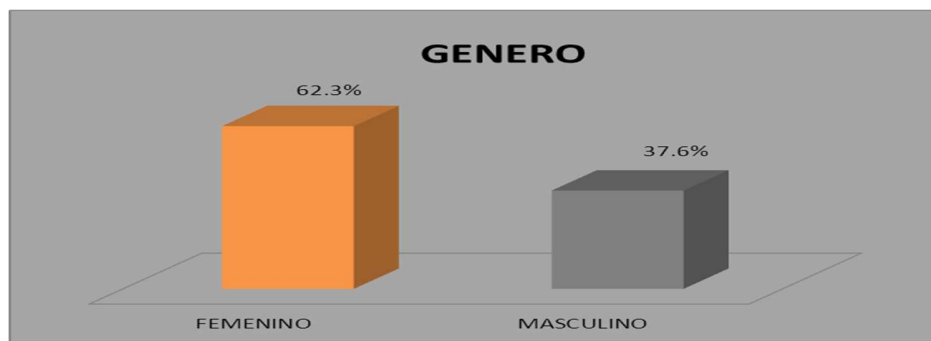
1. Los resultados del cuestionario aplicados muestran que funcionarios públicos, tiene dificultad en cuanto a la información que emite la Unidad de Capacitación de Personal. Se observó que la Unidad utiliza el medio impreso y vía teléfono como medio para la información de programas de capacitación y actualización que realizan para servidores públicos.

2. Así también, otro punto importante y necesario es la aplicación de nuevas tecnologías (Pagina Web) en la Unidad de Capacitación de Personal, para el beneficio de la misma Unidad y de cada uno de las servidoras y servidores públicos del Gobierno Autónomo Municipal de El Alto.

5.1.6.1. CUADROS INTERPRETATIVOS DEL CUESTIONARIO DEL DIAGNÓSTICO

GRÁFICO 1:

GÉNERO.

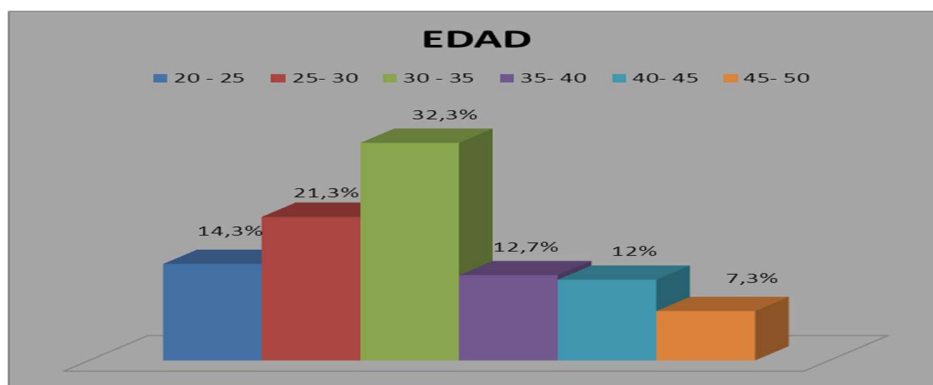


FUENTE: Elaboración propia 2014

INTERPRETACIÓN: En la muestra obtenida de 300 funcionarios públicos de los cuales el 62.3% son mujeres y 37.6% son hombres en la participación del cuestionario aplicado en el G.A.M.E.A.

GRÁFICO 2:

EDAD

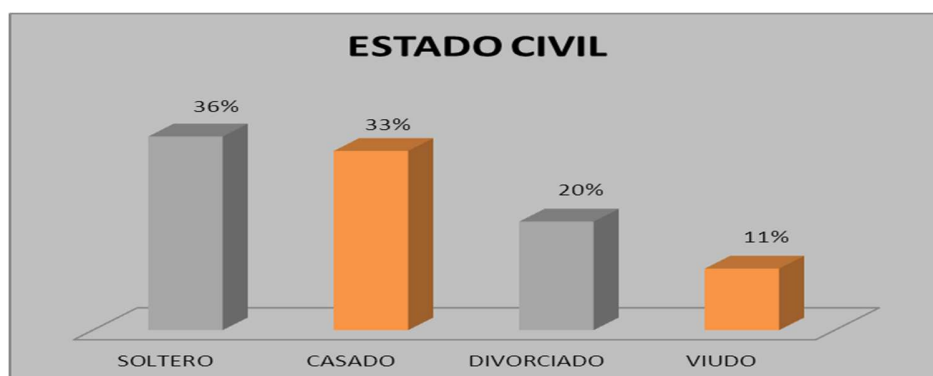


FUENTE: Elaboración propia 2014

INTERPRETACIÓN: De los 300 cuestionarios aplicados en Gobierno Autónomo Municipal de El Alto, se prescribió que el 14.3% son entre las edades de 20 a 25 años, el 21.3% tienen las edades de 25 a 30 años, el 32.3% son de 30 a 35 años, el 12.7% son de 35 a 40 años, el 12% son de las edades de 40 a 45 y el 7.3% son de 45 a 50 años. Asimismo los resultados no señalan que los funcionarios públicos con mayor porcentaje son de las edades de 30 a 35 años del Municipio alteño.

GRÁFICO 3:

ESTADO CIVIL.

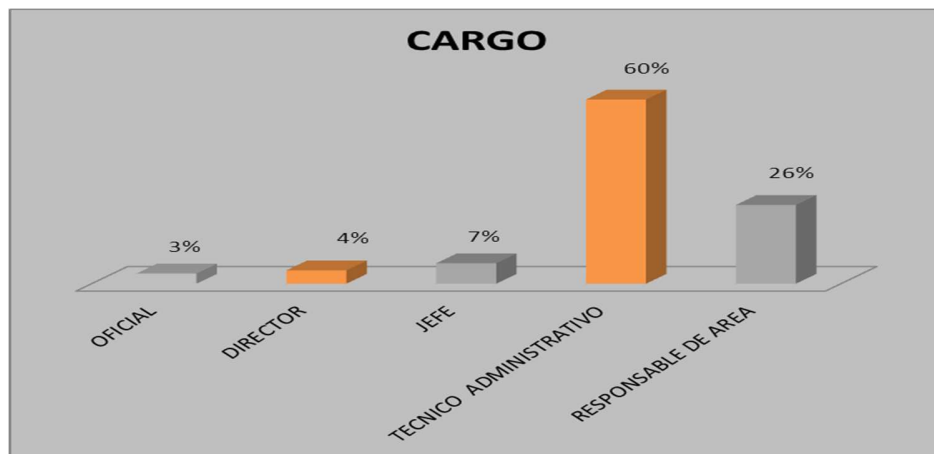


FUENTE: Elaboración propia 2014

INTERPRETACIÓN: De 300 cuestionarios realizados a las servidoras y servidores públicos del Municipio Alteño, se comprobó el 36% son solteros, el 33% son casados, el 20% son divorciados y el 11% son viudos.

GRÁFICO 4:

CARGO

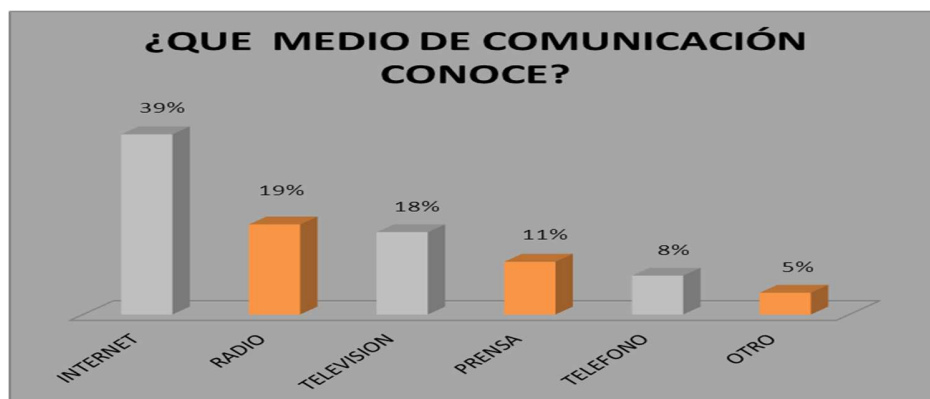


FUENTE: Elaboración propia 2014

INTERPRETACIÓN: De 300 cuestionarios empleados en el G.A.M.E.A., se determinó que el 3% son Oficiales, el 4% son directores, el 7% son jefes, de diferentes Oficialías, direcciones y unidades del Municipio alteño, el 60% son técnico administrativo y el 26% son responsables de área.

GRÁFICO 5:

PREGUNTA 1: ¿QUÉ MEDIOS DE COMUNICACIÓN CONOCE?



FUENTE: Elaboración propia 2014

INTERPRETACIÓN: De 300 cuestionarios realizados a los funcionarios públicos de la ciudad de El Alto, se determinó que 39% conoce como medio de comunicación al internet, el 19% la radio, el 18% la televisión, el 11% prensa, el 8% teléfono y el 5% conoce otro medio de comunicación.

GRÁFICO 6:

PREGUNTA 2: ¿CUÁLES SON LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN, UTILIZADOS PARA LA INFORMACIÓN DE LAS CAPACITACIONES Y CURSOS DE ESPECIALIZACIÓN EN LA UNIDAD DE CAPACITACIÓN DE PERSONAL?

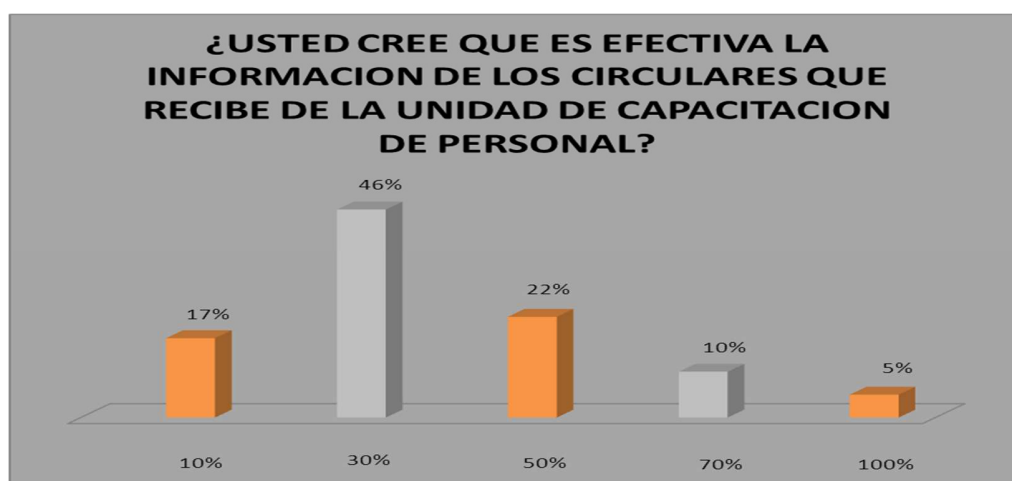


FUENTE: Elaboración propia 2014

INTERPRETACIÓN: De 300 cuestionarios efectuados, consideran que el medio de comunicación utilizado por la Unidad de Capacitación de Personal son el 60% son impresos, el 11% digital y 29% son informados a los funcionarios públicos para los programas de actualizaciones y capacitaciones por vía teléfono.

GRÁFICO 7:

PREGUNTA 3: ¿USTED CREE QUE ES EFECTIVA LA INFORMACIÓN DE LOS CIRCULARES QUE RECIBE DE LA UNIDAD DE CAPACITACIÓN DE PERSONAL?

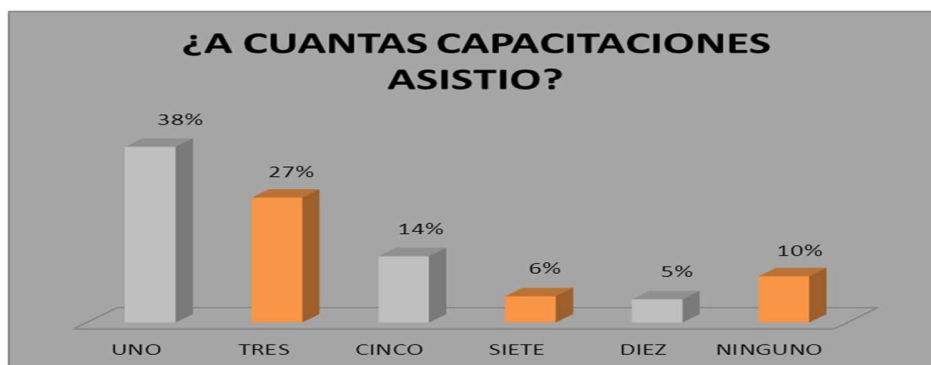


FUENTE: Elaboración propia 2014

INTERPRETACIÓN: De los 300 cuestionarios realizados a las servidoras y servidores públicos del G.A.M.E.A., dicen que los circulares enviados por la Unidad de Capacitación de Personal para la información de las capacitaciones, el 46% señalan que no son efectivos.

GRÁFICO 8:

PREGUNTA 4: ¿USTED A CUANTAS CAPACITACIONES ASISTIÓ?

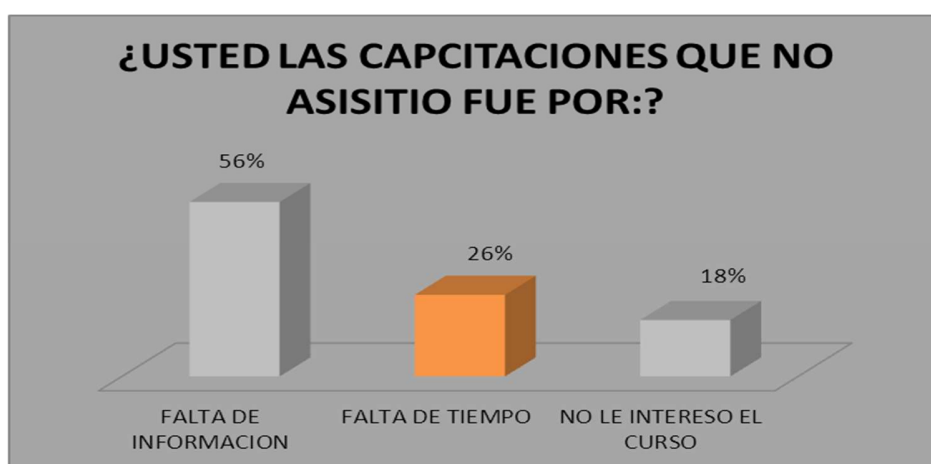


FUENTE: Elaboración propia 2014

INTERPRETACIÓN: De 300 cuestionarios realizados en el Gobierno Autónomo Municipal de El Alto, se determinó que de los funcionarios públicos el 38% asistió a una capacitación, el 27% asistió tres veces, el 14% asistió cinco capacitaciones, el 6% asistió siete capacitaciones, el 5% diez capacitaciones y 10% a ninguna capacitación realizada por la Unidad de Capacitación de Personal .

GRÁFICO 9:

PREGUNTA 5: USTED EN LAS CAPACITACIONES QUE NO ASISTIÓ FUE POR:

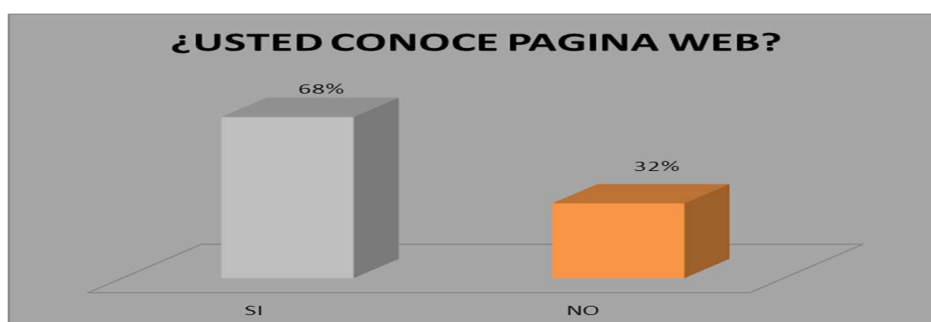


FUENTE: Elaboración propia 2014

INTERPRETACIÓN: De los 300 cuestionarios aplicados a los servidoras y servidores públicos, mencionan que 56% no asistió por falta de información de la Unidad de Capacitación de Personal, el 26 % no asistió por falta de tiempo y el 18% no le interesó el curso.

GRÁFICO 10:

PREGUNTA 6: ¿USTED CONOCE PÁGINA WEB?



FUENTE: Elaboración propia 2014

INTERPRETACIÓN: De 300 cuestionarios realizados, el 68% de los funcionarios públicos si conocen una página web y el 32% no conoce una página web.

GRÁFICO 11:

PREGUNTA 7: ¿ESTÁ DE ACUERDO CON LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA PÁGINA WEB, EN LA UNIDAD DE CAPACITACIÓN DE PERSONAL, PARA EL ACCESO DE INFORMACIÓN?



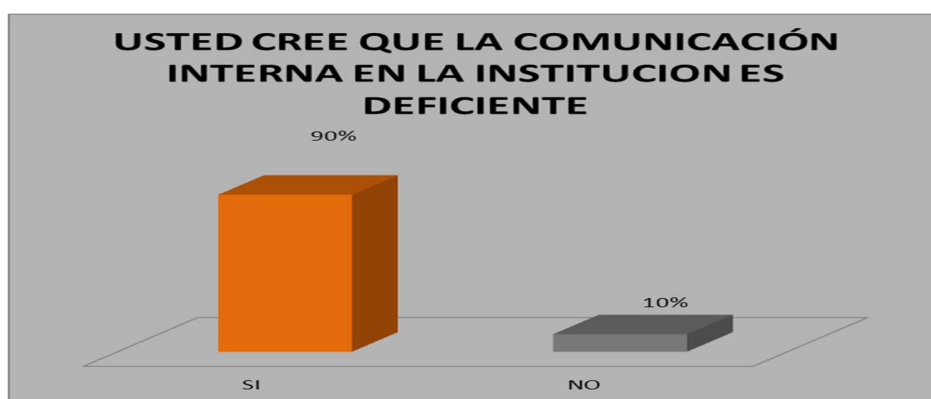
FUENTE: Elaboración propia 2014

INTERPRETACIÓN: De 300 cuestionarios realizados, el 98% de servidoras y servidores

públicos del Gobierno Autónomo Municipal de El Alto, están de acuerdo con la implementación de una página web en la Unidad de Capacitación de Personal.

GRÁFICO 12:

PREGUNTA 8: ¿USTED CREE QUE LA COMUNICACIÓN INTERNA EN LA INSTITUCIÓN ES DEFICIENTE?



FUENTE: Elaboración propia 2014

INTERPRETACIÓN: De 300 cuestionarios realizados, el 90% de servidoras y servidores públicos del Gobierno Autónomo Municipal de El Alto, aceptan que la comunicación interna se encuentra deficiente en cuanto a la información.

5.1.7. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS.

Esta etapa de análisis de resultados realizado con la interpretación y lectura de cada una de la encuesta dirigida a servidoras y servidores públicos del Gobierno Autónomo Municipal de El Alto

Cada una de preguntas de la encuesta se llevó a la realización de la página web, de una manera coherente, directa y objetiva para lograr metas propuestas.

Las preguntas de la encuesta se formularon para verificar si existía una deficiencia de información en la comunicación interna hacia el funcionario público del G.A.M.E.A, por parte de la Unidad de Capacitación de Personal.

A partir del cuestionario realizado a 300 funcionarios públicos del Municipio de El Alto, se

comprobó que la Unidad de Capacitación de Personal solo utilizaba el medio impreso (los circulares) con un 60%, para la información de distintos programas permanentes de capacitación y actualización, el 29% por vía teléfono y el 11 % el medio digital, lo cual nos señala que no existe un herramienta primordial como las nuevas tecnologías (página web), para incrementar la participación y optimizar la calidad en la atención al público de servidoras y servidores públicos del Gobierno Autónomo Municipal de El Alto, asimismo incrementa la competitividad y propicien la productividad laboral hacia el Municipio.

Asimismo que el 96% de servidores públicos del Gobierno Autónomo Municipal de El Alto pidieron la implementación de una página web en la Unidad de Capacitación de Personal, ya que la institución cuenta con una línea de internet.

5.1.8. SÍNTESIS DE LOS GRÁFICOS DE LA ENCUESTA A SERVIDORES PÚBLICOS DEL GOBIERNO AUTÓNOMO MUNICIPAL DE EL ALTO.

CUADRO N°7: SÍNTESIS DE LA ENCUESTA DE DIAGNÓSTICO

PREGUNTAS	RESULTADOS
Género	El 62.3% mujeres y 37.6% hombres
Edad	El 14.3% entre las edades de 20 a 25 años, el 21.3% tienen las edades de 25 a 30 años, el 32.3% de 30 a 35 años, el 12.7% de 35 a 40 años, el 12% de las edades de 40 a 45 y el 7.3% son de 45 a 50 años.
Estado civil	El 36% solteros, el 33% casados, el 20% divorciados y el 11% viudos.
Cargo	El 3% Oficiales, el 4% directores, el 7% jefes, de diferentes Oficialías, direcciones y unidades del Municipio alteño, el 60% técnico administrativo y el 26% responsables de área.
¿Qué medio de comunicación conoce?	El 39% conoce como medio de comunicación al internet, el 19% la radio, el 18% la televisión, el 11% prensa, el 8% teléfono y el 5% conoce otro medio de comunicación.

<p>¿Cuáles son los medios de comunicación, utilizados para la información de las capacitaciones que realiza la Unidad de Capacitación de Personal?</p>	<p>El 60% impresos, el 11% digital y 29% informados a funcionarios públicos para programas de actualizaciones y capacitaciones por vía teléfono.</p>
<p>¿Usted cree que es efectiva la información de los circulares que recibe de la Unidad de Capacitación de Personal?</p>	<p>Los circulares enviados por la Unidad de Capacitación de Personal para la información de capacitaciones, el 46% señalan que no son efectivos.</p>
<p>¿Usted a cuantas capacitaciones asistió?</p>	<p>El 38% asistió a una capacitación, el 27% asistió tres veces, el 14% asistió cinco capacitaciones, el 6% asistió siete capacitaciones, el 5% diez capacitaciones y 10% a ninguna capacitación</p>
<p>Las capacitaciones que no asistieron fueron por...</p>	<p>El 56% no asistió por falta de información de la Unidad de Capacitación de Personal, el 26 % no asistió por falta de tiempo y el 18% no le interesó el curso.</p>
<p>¿Usted conoce páginas web?</p>	<p>El 68% de funcionarios públicos si conocen una página web y el 32% no conoce una página web.</p>
<p>¿Está de acuerdo con la implementación de una página web, en la Unidad de Capacitación para el acceso de información?</p>	<p>El 98% de servidoras y servidores públicos del Gobierno Autónomo Municipal de El Alto, están de acuerdo con la implementación de una página web en la Unidad de Capacitación de Personal.</p>

<p>¿Usted cree que la comunicación interna en la institución es deficiente?</p>	<p>El 90% de servidoras y servidores públicos del Gobierno Autónomo Municipal de El Alto, aceptan que la comunicación interna se encuentra deficiente en cuanto a la información.</p>
--	---

FUENTE: Elaboración propia 2014

La encuesta realizada a servidores públicos del Gobierno Autónomo Municipal de El Alto, como se puede observar que el 90% de servidores públicos afirmaron que la comunicación interna de la institución es deficiente, por ello es necesario implementar un medio de comunicación digital para la Unidad de Capacitación de Personal, encargada de la constante capacitación de funcionarios públicos para que incremente la competitividad y propicien la productividad laboral hacia el municipio, satisfaciendo expectativas mediante la mejora continua.

Además, el 60% afirmaron que la Unidad de Capacitación de Personal el medio de comunicación utilizado es el medio impreso para emitir información a los servidores públicos sobre programas de capacitación que realiza.

Asimismo, que el 56% no asisten a capacitaciones por falta de información, ya que cada uno de servidores públicos tiene que cumplir una carga horaria anual reglamentada por la institución.

Por tanto, era necesario implementar una herramienta digital (PÁGINA WEB), para el apoyo en la comunicación interna del Gobierno Autónomo Municipal de El Alto, para el beneficio de la Unidad de Capacitación de Personal y de los mismos funcionarios públicos del Municipio de El Alto, con la mayor participación en las capacitaciones que se realizan para adquirir conocimientos y aplicar en sus diferentes labores diarias, fortalecer y responder demandas de la población alteña.

5.2. PLANIFICACIÓN.

La planificación es un proceso continuo que refleja cambios del ambiente en torno a cada organización y busca adaptarse a ellos, nos dice el autor: “Un propósito adicional de la planificación consiste en coordinar esfuerzos y recursos dentro de organizaciones. Se ha dicho que la planificación es como una locomotora que arrastra el tren de actividades de la

organización, la dirección y el control”. (FERNÁNDEZ, E. 2006: 2)⁷⁷

En la planificación de la página web se tomó en cuenta los siguientes puntos:

5.2.1. OBJETIVOS.

5.2.1.1. OBJETIVO GENERAL DE LA PÁGINA WEB.

- Brindar información actualizada a servidores públicos sobre programas permanentes de capacitación y apoyar la comunicación interna del Gobierno Autónomo Municipal de El Alto.

Asimismo cada uno de funcionarios públicos esté capacitado y actualizado sobre temas de vital importancia para mejor ejercicio en funciones que desempeñan optimizando la calidad de la comunicación interna de la institución.

5.2.1.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE LA PÁGINA WEB.

- Lograr una comunicación directa entre servidores públicos - Unidad de Capacitación de Personal.
- Facilitar el acceso sin complicaciones el cronograma de cada mes.
- Proporcionar material de programas de capacitación y actualización a realizarse.
- Mantener actualizado de eventos a realizarse en la Unidad de Capacitación de Personal
- Ahorro de tiempo al efectuar una consulta e inscripción a la Unidad de Capacitación de Personal.
- Ahorro de tiempo en la publicación de cronograma del mes.
- Facilitar el registro para diferentes capacitaciones con anticipación.
- Mantener informado a servidores públicos de una manera eficaz sobre los programas de capacitación y actualización.
- Facilitar la comunicación Unidad de Capacitación de Personal – servidores públicos.
- Proporcionar la lista de certificados de participación.
- Proveer la fecha de entrega de certificados.

5.2.2. MISIÓN DE LA PÁGINA WEB.

La Página Web tiene la misión de proporcionar a servidores públicos del Gobierno Autónomo Municipal de El Alto, una mejor comunicación interna, ofreciendo información relevante y actualizada de programas permanentes de capacitación y gestión que ofrece la Institución; para así lograr ser una Institución de transparencia. Asimismo proporcionar una mayor interactividad entre servidores públicos, el cual pueda acceder a dicha información de una forma fácil, además tener una interactividad cómoda y amigable para el usuario, con el fin de atraerlos al sitio y posteriormente poder adquirir un mayor conocimiento sobre la Institución.

5.2.3. TIPO DE PÁGINA WEB.

El tipo de página web es **informativa –participativa**, porque informará sobre programas permanentes de capacitaciones que realiza la Unidad de Capacitación de Personal para servidores públicos del G.A.M.E.A., asimismo tendrán participación constante sobre consultas, propuestas que servirá para el enriquecimientos de la institución.

5.2.4. CARACTERÍSTICAS DE LA PÁGINA WEB.

La página principal del Sitio Web constituido de una barra de menús en la parte inferior central de la pantalla la cual el menú Inicio, Artículos, Galería, Cursos, Notas, Agenda y Contacto estas le permitirán al usuario trasladarse a otras secciones del sitio web, también una pequeña sección de búsqueda, y a su vez esta mandara a otra ventana donde desglosara la información de búsqueda más a detalle. También, en su contenido otra sección con información relevante, mostrando informaciones más novedosas de la Gobierno Autónomo Municipal de El Alto.

5.2.5. CRONOGRAMA DEL FUNCIONAMIENTO DE LA PÁGINA WEB.

CUADRO N°8: CRONOGRAMA DE LA PÁGINA WEB

ACTIVIDADES	MAÑANA	TARDE
INSERTAR INFORMACIÓN ACTUALIZADA AL MOMENTO		
INSERTAR MATERIAL PARA LAS CAPACITACIONES		
FICHAS DE INSCRIPCIÓN ANTICIPADAS PARA CADA CAPACITACIÓN		
INSERTAR FOTOGRAFÍAS DE LAS CAPACITACIONES REALIZADAS		
REVISAR Y RESPONDER LOS COMENTARIOS DE LOS SERVIDORES PÚBLICOS EN LINK DE COMENTARIOS		

FUENTE: Elaboración propia 2014

5.3. EJECUCIÓN.

La Página web fue diseñada para la Unidad de Capacitación de Personal del Gobierno Autónomo Municipal de El Alto, para mejorar de la comunicación interna de la Institución, con el fin de mantener informados a servidores públicos sobre programas de capacitaciones para el mejor desempeño de actividades que realizan en la institución del Municipio alteño.

Así también, la página se ejecutó en la Unidad de Capacitación de Personal, para el benéfico de servidores públicos en la información actualizada que ellos reciban para programas de capacitaciones que realiza la unidad del Municipio de El Alto.

5.3.1. SOLUCIÓN.

Al analizar necesidades anteriormente mencionadas, se ha desarrollado una página web el cual ofrece servicios a la institución a través del internet, a servidoras y servidores públicos y la facilidad de obtener información detallada de distintos programas de capacitación y

actualización, que realizan en cada semana, teniendo la certeza que la información obtenida precisa y actualizada.

Teniendo en cuenta lo antes mencionado presentamos la siguiente solución:

Diseñar y aplicar una página web para la Unidad de Capacitación de Personal, el cual permitirá a los usuarios (servidoras y servidores públicos del G.A.M.E.A.). Poder consultar, registrar para programas de capacitación y descargar formularios entre otros.

Este sitio web permitirá:

- Realizar consultas sobre distintos programas de capacitación y actualización que realiza la Unidad de Capacitación de Personal.
- Consultar fechas con anticipación para programas de capacitación y actualización.
- Facilitar la comunicación entre Unidad de Capacitación de Personal – servidoras y servidores públicos
- Proporcionar material, planillas de inscripción, formularios para los diferentes programas de capacitación y actualización.
- Realizar consultas de actividades semanales y semestrales.
- Presentar información general de la institución con la finalidad de mantenerse informados de las actividades.
- Publicación de las fechas y entregas certificadas de participación.
- Ahorro de tiempo.
- Apoyo en la comunicación interna en la institución.

La página web, una herramienta importante para la comunicación diseñada para la Unidad de Capacitación de Personal del Gobierno Autónomo Municipal de El Alto y apoyar la comunicación interna de la institución.

5.3.1.1. CONTENIDO.

El contenido de la página web de la Unidad de Capacitación de Personal del G.A.M.E.A., formada por: portada, encabezados, texto, iconos conforman el cuerpo de la página. Cada uno de los elementos influyen sobre la posición que se alcanza en los motores de búsqueda, se puede decir que el contenido es cada vez más variado.

Es muy importante tomar en cuenta que un contenido dinámico, tiene un mejor futuro a la meta

trazada, el texto, dividido en diferentes posiciones, encabezadas con subtítulo, cuyas oraciones y párrafos ilustran diferentes programas de capacitación y actualización que conciernen al tema principal.

El tamaño de las letras es importante, cuesta más leer en la pantalla que en el papel. Lo ideal es que este tamaño sea suficientemente grande para una visualización perfecta. Además, no es recomendable utilizar un tamaño fijo, sino que sea variable en función de que el usuario opte por aumentarlo o reducirlo en su navegador.

Así también, fotografías con efectos, ilustración atrae al público por tanto el usuario (servidores públicos - GAMEA), podrán ver fotografías de diferentes programas de actualización y capacitación de una manera incentivando a pasar otros cursos para su propio conocimiento.

Las animaciones son imprescindibles para las páginas web que tienen el objetivo de presentar una marca o un producto en específico con el mayor impacto posible, en este caso hacer conocer información a servidores públicos.

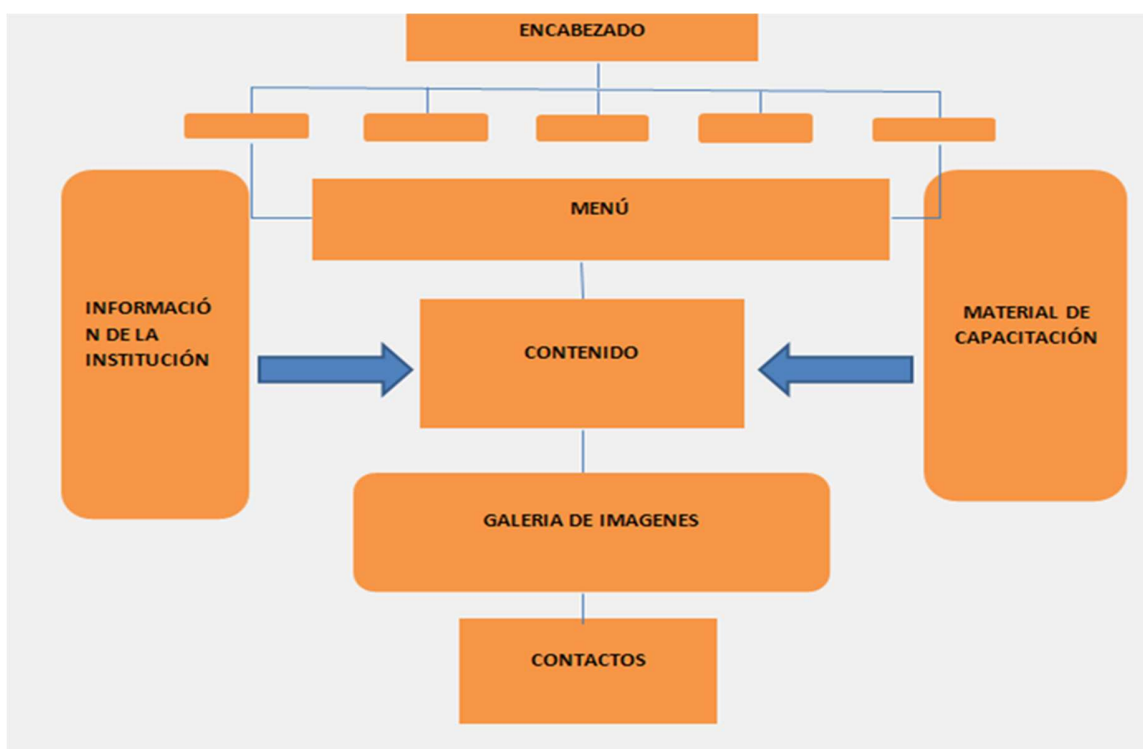
5.3.1.2. PLAN DE DISEÑO.

El diseño de páginas web se ha desarrollado a medida que ha evolucionado la tecnología en el Internet, se volvió una fortaleza para la comunicación, por tanto es importante que la Unidad de Capacitación de Personal del Gobierno Autónomo Municipal de El Alto, implemente una página web para mejorar el canal de comunicación e información de las actividades, para beneficio académico de servidoras y servidores públicos, así también será en beneficio de la ciudad de El Alto.

5.3.1.3. ESTRUCTURA GENERAL.

La página Web de la Unidad de Capacitación de Personal, tiene una estructura que permite al programador saber de antemano qué tipo de información necesita introducir. Esto ayuda a que la página web diseñada sea claramente legible y pueda modificarse fácilmente. Si una página Web es complicada en su diseño, habrá muy pocos que sepan dar el mantenimiento adecuado.

GRÁFICO N°6: ESTRUCTURA DE LA PÁGINA WEB



FUENTE: Elaboración propia 2014

Uno de los aspectos más importantes de la estructura de una página web es la posición del menú de navegación y enlaces a otras páginas web, contenido que van a consultar los navegantes.

La página web, es local por el cuidado de información que se da a conocer a los funcionarios del Gobierno Autónomo Municipal de El Alto tiene el URAL de <http://capacitación//ucep/.local/>

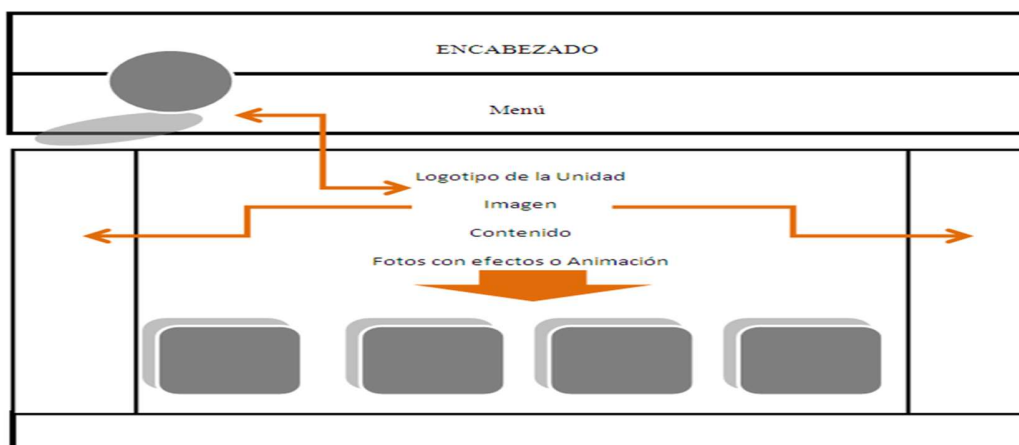
La página web se caracteriza con la imagen del Municipio de la Ciudad de El Alto los colores: naranja, plomo y blanco.

Asimismo, las letras fueron de diferentes fuentes, para el armado de título, subtítulo y otros, también se seleccionó de letras conforme a la importancia que tenían cada uno de ellos. Además, se utiliza de acuerdo a información que se le da al usuario y cada enlace requiere de títulos, subtítulos los cuales tienen diferentes tipos de letra.

5.3.1.4. PÁGINA WEB PARA LA UNIDAD DE CAPACITACIÓN DE PERSONAL DEL GOBIERNO AUTÓNOMO MUNICIPAL DE EL ALTO.

Gracias a los avances tecnológicos están logrando cosas importantes, las páginas web por tanto la necesidad de poder implementar esta herramienta de comunicación en la Unidad de Capacitación de Personal del Gobierno Autónomo Municipal de El Alto. Por medio de esta unidad actualizar de las falencias que existe en la institución sobre la comunicación interna. Existe menor asistencia de los servidores públicos, en programas permanentes de capacitación y actualización se realizan, por tanto se planifico combatir este problema, así surgió la creación de una página web, para llegar a informar a servidores públicos y optimizar la calidad en la atención al público.

GRÁFICO N°7: ESTRUCTURA DE LA PÁGINA WEB DE LA UNIDAD DE CAPACITACIÓN DE PERSONAL



FUENTE: Elaboración propia 2014

5.3.1.5. DISEÑO DE LA PÁGINA WEB.

La primera fase la planificación, se analizó el contenido general que tendrá presentación, interacción y personalización de la página web que es dirigido a servidoras y servidores del Gobierno Autónomo de El Alto.

Es importante que el diseño de la página sea legible, único, y preciso, además colores deben ser adecuados para el grupo objetivo, mirar la forma en que está organizada la página también debe ser coherente y fácil de navegar.

Así también, tener una sección dentro de la página web en donde usuarios puedan dar sus comentarios y transmitir sus inquietudes.

Los sonidos y animaciones son de gran agrado y llaman mucho la atención, por lo tanto es importante tener en cuenta un tamaño de letra lo suficientemente grande para facilitar la lectura y así sea agradable recorrer la página, también es fundamental tomar en cuenta el contenido en la página web.

Además, el color en el diseño cumple funciones fundamentales por esta razón se utilizó colores de la institución para un fácil reconocimiento las cuales son: atraer la atención del usuario transmitiendo información que sea de interés para el cargo que ocupa,

El logotipo de la institución es importante para el reconocimiento de la unidad que está enviando información para las capacitaciones correspondientes.

5.3.1.6. HERRAMIENTAS PARA EL DISEÑO DE LA PÁGINA WEB.

En el diseño de la página web, se realizado con diversas herramientas tales de acuerdo a esto se realiza la diagramación gráfica, organiza y implementa el estilo, la estructura que ya se han determinado. Los programas de diseño son: Corel PhotoPaint, Macromedia FreeHand, Adobe Photoshop, freworksy bloc de notas HTML.

- **COREL PHOTOPAINT.**

Este programa es una aplicación de edición de imágenes de mapa de bits que permite retocar fotografías existentes o crear gráficos originales.

- **MACROMEDIA FREEHAND (FH)**

FREEHAND es un programa informático de creación de imágenes mediante la técnica de gráficos vectoriales. Gracias a ella, el tamaño de imágenes resultantes es escalable sin pérdida de calidad, lo que tiene aplicaciones en casi todos los ámbitos del diseño gráfico. Como en muchos otros programas de diseño vectorial que incorpora texto y en sus últimas versiones muchas funcionalidades que nos ayudara con la página web.

- **ADOBE PHOTOSHOP.**

PHOTOSHOP. Este software se utiliza principalmente para realizar retoques fotográficos, pero también es muy usado para la realización de diseños web, y para la creación de cualquier tipo de diseño gráfico que puede incluir una tarjeta de presentación o un panfleto y con una variedad de tipos de textos.

- **ADOBE FIREWORKS**

FIREWORKS. (Anteriormente llamado Macromedia Fireworks), es un editor de gráficos vectoriales y mapas de bits. Fireworks está pensado para que los desarrolladores web puedan crear rápidamente interfaces web y prototipos de websites. El programa tiene la capacidad de integrarse con otros productos de Adobe tales como el Dreamweaver o el Flash. Está disponible de forma individual o integrada en la Suite de Adobe Creative. En la Suite de Adobe se identifica por usar el color amarillo, color que venía usando como representación desde que pertenecía a Macromedia.

- **BLOC DE NOTAS HTML.**

HTML. Es un lenguaje que hace posible presentar información. Lo que ves al visualizar una página en Internet es la interpretación que hace el navegador del código HTML. Para ver el código HTML de una página sólo tienes que dar clic en la opción "Ver" de la barra de menús y elegir "Código fuente"

5.3.1.7. MODO DE INGRESO DE LA PÁGINA WEB.

La PÁGINA WEB, es local por la información que solo concierne al personal, a servidoras y servidores públicos del Gobierno Autónomo Municipal de El Alto. Asimismo la URL de la página web de la Unidad de Capacitación de Personal es: <http://capcitacion.ucep/local/>

GRÁFICO N°8: MODO DE INGRESO DE LA PÁGINA WEB



FUENTE: Elaboración propia 2014

GRÁFICO N°9: ELEMENTOS DE LA PÁGINA WEB



FUENTE: Elaboración propia 2014

5.3.1.8. PORTADA PRINCIPAL DE LA PÁGINA WEB.

La PORTADA de la página web, muestra una foto de fondo de la ciudad de El Alto, el título en la parte superior junto al logotipo de la Unidad de Capacitación de Personal (UCEP), en la parte media se encuentra iconos o menú de la página web: **INICIO, G.A.M.E.A., CURSOS, AGENDA, NOTAS Y CONTACTOS** que serán desglosados de acuerdo al título.

GRÁFICO N°10: PORTADA PRINCIPAL DE LA PÁGINA WEB



FUENTE: Elaboración propia 2014

5.3.1.9. DESGLOSE DE PÁGINA WEB.

Portada de la página web (<http://capacitación//ucep/.local/>) de la Unidad de Capacitación del Gobierno Autónomo Municipal de El Alto.

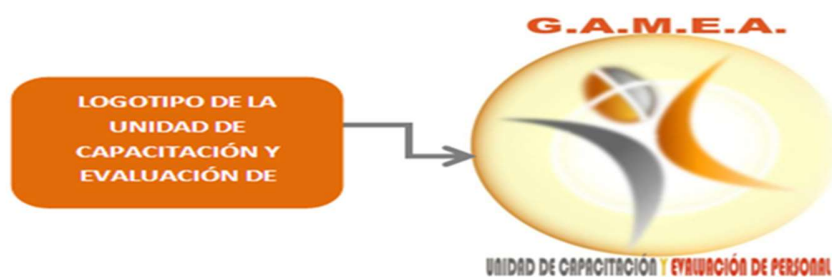
GRÁFICON°11: IDENTIFICACIÓN DE LA PÁGINA WEB



FUENTE: Elaboración propia 2014

- **LOGOTIPO.** El logotipo ayuda a identificar la página web que indica el sitio de la Unidad de Capacitación de Personal del Gobierno Autónomo Municipal de El Alto. Facilita la información actualizada a funcionarios públicos sobre programas permanentes de capacitación y actualización.

GRÁFICO N°12: LOGOTIPO DE LA UNIDAD DE CAPACITACIÓN DE PERSONAL – GOBIERNO AUTÓNOMO MUNICIPAL DE EL ALTO



FUENTE: Elaboración propia 2014

- **MENÚ DE LA PÁGINA WEB.** Están compuestas por cinco iconos los cuales lleva a diferentes enlaces en la página web.

GRÁFICO N°13: MENÚ DE LA PÁGINA WEB



FUENTE: Elaboración propia 2014

- ÍCONO DE INICIO.

GRÁFICO N°14: ÍCONO DE INICIO DE LA PÁGINA WEB



FUENTE: Elaboración propia 2014

El cual muestra todo el contenido de la página con diferentes ventanas para ingresar a respectivos enlaces, observada en la portada de la página web.

- ÍCONO G.A.M.E.A.

GRÁFICO N°15: ÍCONO G.A.M.E.A. DE LA PÁGINA WEB



FUENTE: Elaboración propia 2014

El icono de G.A.M.E.A. se encuentra varias opciones o ventanas para ingresar a la información del Gobierno Autónomo Municipal de la Ciudad de El Alto, historia de la ciudad alteña, ubicación geográfica y visión, misión del Municipio alteño.

GRÁFICO N°16: CONTENIDO DEL ÍCONO G.A.M.E.A.



FUENTE: Elaboración propia 2014

GRÁFICO N°17: HISTORIA DE LA CIUDAD DE EL ALTO



FUENTE: Elaboración propia 2014

GRÁFICON°18: CIUDAD DE EL ALTO



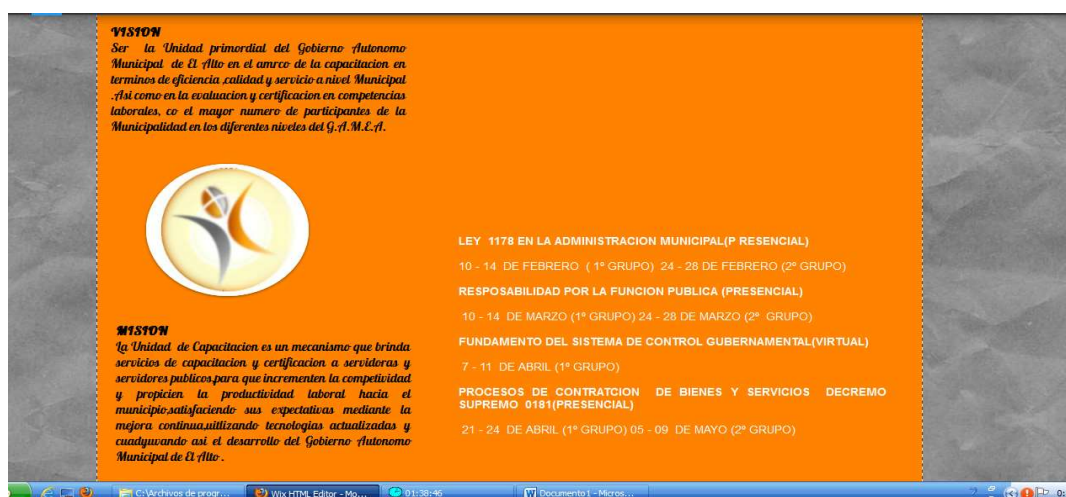
FUENTE: Elaboración propia 2014

GRÁFICO N°19: VISIÓN Y MISIÓN DEL GOBIERNO AUTÓNOMO MUNICIPAL DE EL ALTO



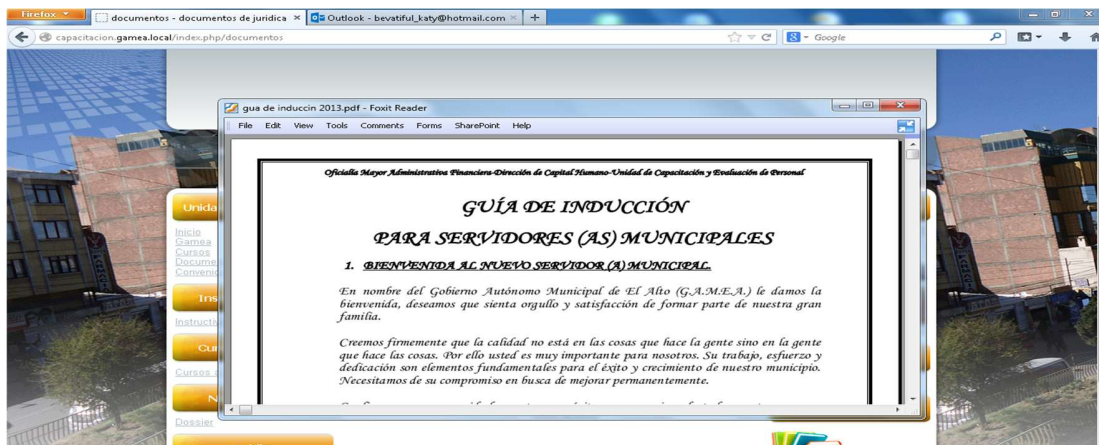
FUENTE: Elaboración propia 2014

GRÁFICO N°20: VISIÓN Y MISIÓN DE LA UNIDAD DE CAPACITACIÓN DE PERSONAL



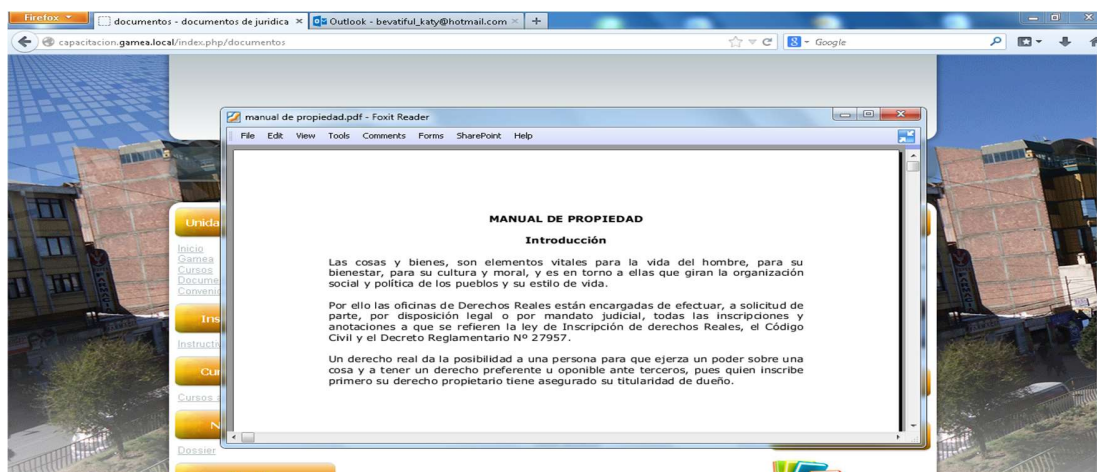
FUENTE: Elaboración propia 2014

GRÁFICO N°21: MATERIALES PARA CAPACITACIONES



FUENTE: Elaboración propia 2014

GRÁFICO N°22: GUÍA DE INDUCCIÓN PARA SERVIDORES PÚBLICOS DEL GOBIERNO AUTÓNOMO MUNICIPAL DE EL ALTO



FUENTE. Elaboración propia 2014

- **ÍCONO DE CURSO.**

GRÁFICO N°23: ÍCONO CURSO DE LA PÁGINA WEB



FUENTE: Elaboración propia 2014

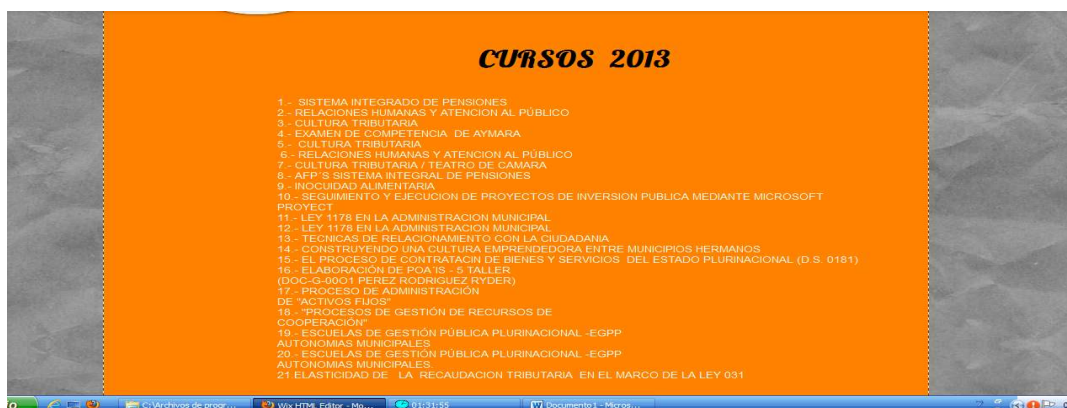
Este icono desglosa cursos, capacitaciones, que realiza la Unidad de Capacitación de Personal del G.A.M.E.A. a servidores públicos junto con requisitos.

GRÁFICO N°24: CONVOCATORIA PARA LAS CAPACITACIONES



FUENTE: Elaboración propia 2014

GRÁFICO N°25: CAPACITACIONES REALIZADAS EN 2013



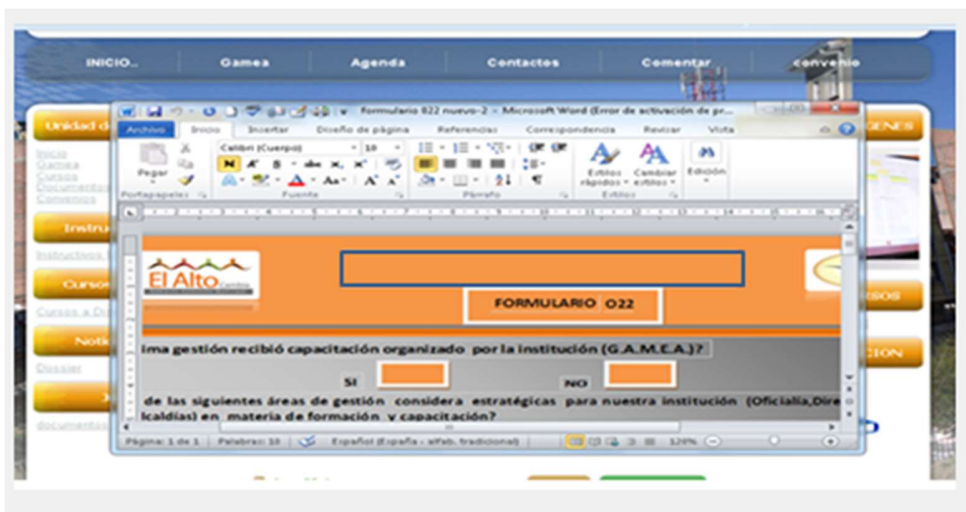
FUENTE: Elaboración propia 2014

GRÁFICO N°26: CAPACITACIONES REALIZADAS EN 2014



FUENTE: Elaboración propia 2014

GRÁFICON°27: FORMULARIO DE INSCRIPCIÓN PARA LAS CAPACITACIONES



FUENTE: Elaboración propia 2014

GRÁFICO N°28: REVISTAS DE GUÍA DE INDUCCIÓN Y DOSSIER



FUENTE: Elaboración propia 2014

5.3.1.10. IMÁGENES DE LAS CAPACITACIONES.

Las imágenes dan vida y sentido colorido a la página web, en formatos GIF y JPEG y el tiempo de transferencia en descargarse en nuestro navegador.

GRÁFICO N°29: GALERÍA DE FOTOS DE CAPACITACIONES



FUENTE: Elaboración propia 2014

GRÁFICO N°30: CAPACITACIÓN SOBRE: RELACIONES HUMANAS Y PÚBLICAS



FUENTE: Elaboración propia 2014

GRÁFICON° 31: CAPACITACIÓN SOBRE: LEY 1178 EN LA ADMINISTRACIÓN
MUNICIPAL



FUENTE: Elaboración propia 2014

GRÁFICO N°32: CAPACITACIÓN SOBRE: LA EVALUACIÓN DE DESEMPEÑO EN LAS MUNICIPALIDADES



FUENTE: Elaboración propia 2014

GRÁFICO N°33: CAPACITACIÓN SOBRE: COMPETENCIAS MUNICIPALES Y REFORMAS ADMINISTRATIVAS DEL ESTADO PLURINACIONAL



FUENTE: Elaboración propia 2014

**GRÁFICO N°34: CAPACITACIÓN SOBRE: SISTEMAS DE CONTROL -
GUBERNAMENTAL**



FUENTE: Elaboración propia 2014

- **ÍCONO DE NOTAS.**

GRÁFICO N°35: ÍCONO DE NOTAS DE LA PÁGINA WEB



FUENTE: Elaboración propia 2014

Este icono refiere a calificaciones correspondientes de cursos realizados en la Unidad de Capacitación de Personal (U.C.E.P.).

GRÁFICO N°36: NOTAS DE LOS CURSOS Y CAPACITACIONES REALIZADOS



FUENTE: Elaboración propia 2014

- ÍCONO DE CONTACTOS.

GRÁFICO N°37: ÍCONO DE CONTACTOS DE LA PÁGINA WEB



FUENTE: Elaboración propia 2014

Los contactos ayudaran a conocer comentarios positivos y negativos de usuarios (servidores públicos del GAMEA).

GRÁFICO N° 38: LINK PARA LA PARTICIPACIÓN Y COMENTARIOS DE LOS SERVIDORES PÚBLICOS DEL GAMEA



FUENTE: Elaboración propia 2014

5.3.1.11. APLICACIÓN DE LA PÁGINA WEB.

La página web estructurado, con recopilación de información necesaria para la elaboración, y cargar a nivel local (<http://capacitacion.//ucep/local/>). En el Gobierno Autónomo Municipal de El Alto para que funcionarios públicos estén informados sobre diferentes programas permanentes que realiza la Unidad de Capacitación de Personal, así mejorar la comunicación interna de la institución.

Es una página web, no solo permite ver información de la institución si no también permite interactuar con ella, hay un enlace que lo llamamos **G.A.M.E.A.** este enlace pueden la ubicación geográfica de la institución, **CURSOS** en este enlace se pueden cronograma de las actividad de la Unidad de Capacitación de Personal, **CONTACTOS** permite que los funcionarios públicos estén en constante comunicación con la UCEP sobre las diferentes actividades, logrando así que sean valorados por ellos mismos, permite ver una **GALERÍA DE FOTOS** en forma dinámica.

Con esta página web se mejoró la comunicación interna del Municipio de El Alto, como medio de comunicación a funcionarios públicos, para que estén informados sobre distintos programas permanentes de capacitación y actualización que realiza la Unidad de Capacitación de Personal y exista mayor participación en cada uno de ellos y optimizar la calidad en la atención al público

de la urbe alteña.

5.4. EVALUACIÓN.

Esta cuarta etapa que es la evaluación, el autor señala: “La evaluación es la acción que nos permite medir o estimar el grado en que se están logrando o bien se lograron o no los objetivos que se plantearon en la realización del proyecto. Es un instrumento que nos permite visualizar problemas o dificultades y corregir a tiempo los procesos en marcha.” (GARCIA, R. 2009: 51)⁷⁸

Así también la evaluación final realizado en el Gobierno Autónomo Municipal de El Alto, en cuanto a la implementación de la página web en la Unidad de Capacitación del Personal, para el apoyo de la comunicación interna de la institución; que determina resultados de actividades desarrolladas en función de objetivos propuestos originalmente para la página web.

5.4.1. ANÁLISIS Y RESULTADOS DEL CUESTIONARIO DE EVALUACIÓN.

El cuestionario es un instrumento básico para obtención de datos que ayuda a identificar la necesidad de la ejecución de una página web en la Unidad de Capacitación de Personal del Gobierno Autónomo Municipal de El Alto. Una evaluación es necesaria en la institución para poner en marcha la propuesta de presentar de Diseño e Implementación de una página web para U.C.P. del municipio alteño.

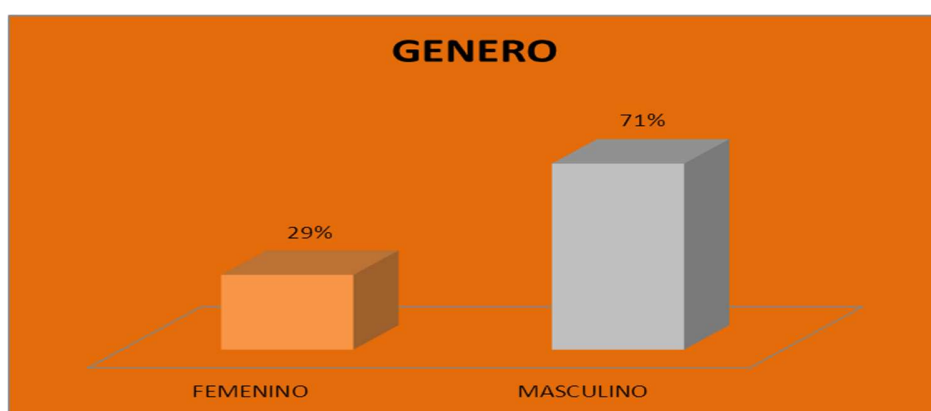
Asimismo realizado un segundo cuestionario para la evaluación sobre la estructura, contenido y la navegabilidad de la página web de la Unidad de Capacitación de Personal.

➤ CUESTIONARIO DE EVALUACIÓN DE LA PÁGINA WEB.

IMPLEMENTACIÓN DE LA PÁGINA WEB EN LA UNIDAD DE CAPACITACIÓN DE PERSONAL DEL GOBIERNO AUTÓNOMO MUNICIPAL DE EL ALTO.

GRÁFICO 13:

GÉNERO.

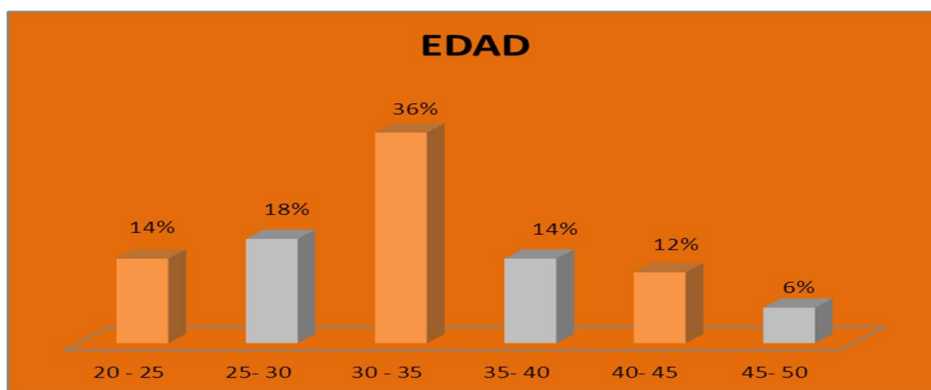


FUENTE: Elaboración propia 2014

INTERPRETACIÓN: De los 300 cuestionarios realizados, se determinó que el 71% son hombres y el 29% son mujeres de los funcionarios públicos.

GRÁFICO 14:

EDAD.

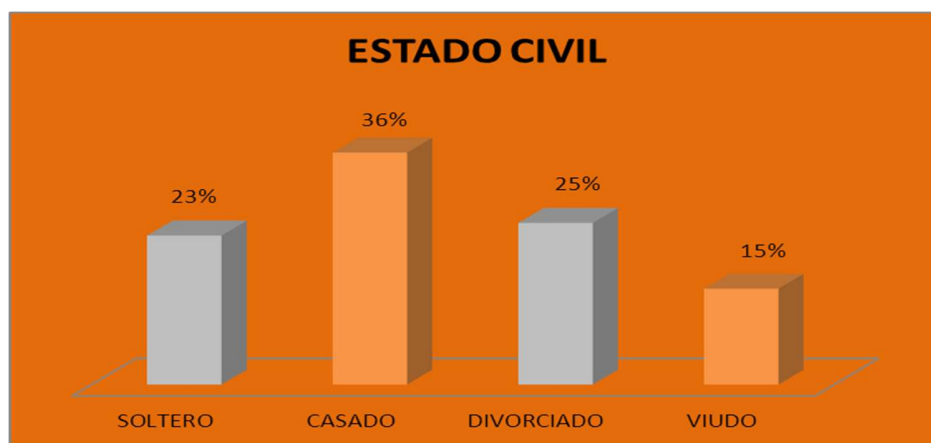


FUENTE: Elaboración propia 2014

INTERPRETACIÓN: De 300 cuestionarios realizados a servidoras y servidores públicos del Gobierno Autónomo Municipal de El Alto, se estableció que el 14% de los funcionarios son de las edades de 20 a 25 años, el 18% son de 25 a 30 años, el 36% son de 30 a 35 años, el 14% son de 35 a 40 años, el 12 % son 40 a 45 años y 6 % son de 45 a 50 años.

GRÁFICO 15:

ESTADO CIVIL.



FUENTE: Elaboración propia 2014

INTERPRETACIÓN: De los 300 cuestionarios aplicados en los ambientes del G.A.M.E.A., se

determinó que el 23% son solteros, el 36% son casados, el 25% son divorciados y el 15% son viudos.

GRÁFICO 16:

PREGUNTA 8: ¿LA URL DE LA PÁGINA WEB ES FÁCIL DE RECORDAR?



FUENTE: Elaboración propia 2014

INTERPRETACIÓN: De 300 cuestionarios realizados a los funcionarios del Gobierno Autónomo Municipal de El Alto, el 48% están totalmente de acuerdo con al URL de la página de la Unidad de Capacitación de Personal, el 22% están de acuerdo, el 16% se encuentra en desacuerdo y el 13% están en desacuerdo.

GRÁFICO 17:

PREGUNTA 9: ¿LA PÁGINA ESTA ACTUALIZADA?



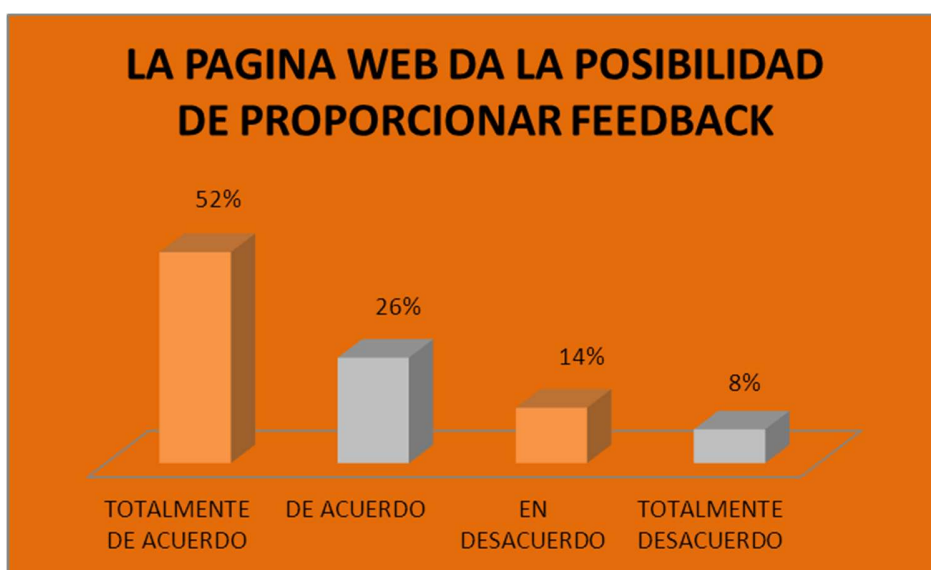
FUENTE: Elaboración propia 2014

INTERPRETACIÓN: De 300 cuestionarios realizados en los ambientes del G.A.M.E.A., se

determinó que el 73% están totalmente de acuerdo que la página web de la Unidad de Capacitación de Personal está actualizada, el 18% están en acuerdo, el 5% en desacuerdo y 3% totalmente desacuerdo.

GRÁFICO 18:

PREGUNTA 10: LA PÁGINA WEB DA LA POSIBILIDAD DE PROPORCIONAR FEEDBACK.

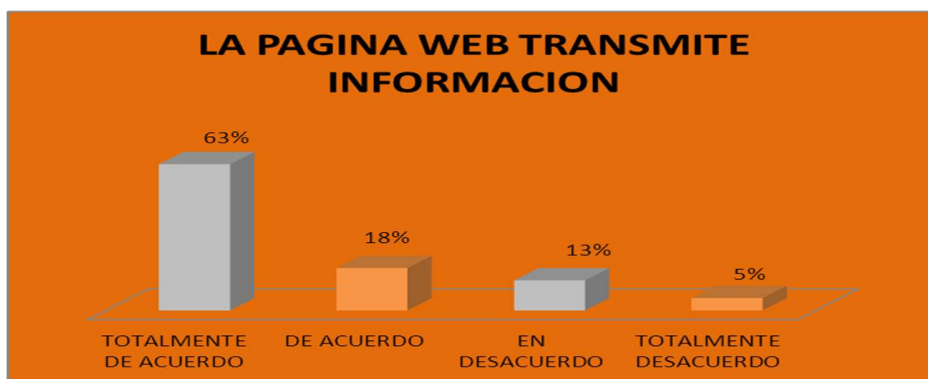


FUENTE: Elaboración propia 2014

INTERPRETACIÓN: De 300 cuestionarios aplicados en servidoras y servidores públicos ,se determinó que el 52% están totalmente de acuerdo que la página web da la posibilidad de feedback, el 26% de acuerdo, el 14% en desacuerdo y el 8% de los funcionarios se encuentra en total desacuerdo.

GRÁFICO 19:

PREGUNTA 11: LA PÁGINA WEB TRANSMITE INFORMACIÓN.



FUENTE: Elaboración propia 2014

INTERPRETACIÓN: De 300 cuestionarios realizados, se estipulo que el 63% están totalmente de acuerdo que la página web de la Unidad de Capacitación transmite información, el 18% de acuerdo, el 13% en desacuerdo y 5% totalmente desacuerdo.

GRÁFICO 20:

PREGUNTA 12: .- LAS DISTINTAS SECCIONES, TÍTULOS SON CLARAS Y FACILITAN EL ACCESO A LOS CONTENIDOS.



FUENTE: Elaboración propia 2014

INTERPRETACIÓN: De 300 cuestionarios realizados en ambientes del Gobierno Autónomo

Municipal de El Alto, se determinó que el 62% están totalmente de acuerdo que las distintas secciones, títulos son claros y facilitan el acceso a los contenidos de la página web de la unidad, el 18% de acuerdo, el 12% en desacuerdo y el 8% totalmente desacuerdo.

GRÁFICO 21:

PREGUNTA 13: LA PÁGINA SE CARGA DE FORMA RÁPIDA.



FUENTE: Elaboración propia 2014

INTERPRETACIÓN: De 300 cuestionarios realizados en predios del Municipio de El Alto, se determinó que el 51% están totalmente de acuerdo que la página web se carga de forma rápida, el 25% de acuerdo, el 15% en desacuerdo y el 8% totalmente desacuerdo.

GRÁFICO 22:

PREGUNTA 14: LOS DISTINTOS ELEMENTOS DE LA PÁGINA SE MUESTRAN BIEN.



FUENTE: Elaboración propia 2014

INTERPRETACIÓN: De 300 cuestionarios llenados por servidoras y servidores públicos del G.A.M.E.A., se determinó que el 50% están totalmente de acuerdo que los distintos elementos de la página se muestran bien, de la Unidad de Capacitación de Personal, el 27% de acuerdo, el 14% en desacuerdo y el 9% totalmente desacuerdo.

GRÁFICO 23:

PREGUNTA 15: LE ES FÁCIL ENCONTRAR LOS CONTENIDOS.



FUENTE: Elaboración propia 2014

INTERPRETACIÓN: De 300 cuestionarios aplicados en el Gobierno Autónomo Municipal de El Alto, se determinó que el 62% totalmente de acuerdo porque le es fácil encontrar los contenidos, el 18% de acuerdo, el 15% en desacuerdo y el 5% totalmente desacuerdo.

GRÁFICO 24:

PREGUNTA 16: EL TAMAÑO DE LA FUENTE, LOS COLORES Y GRÁFICOS SON ADECUADOS.

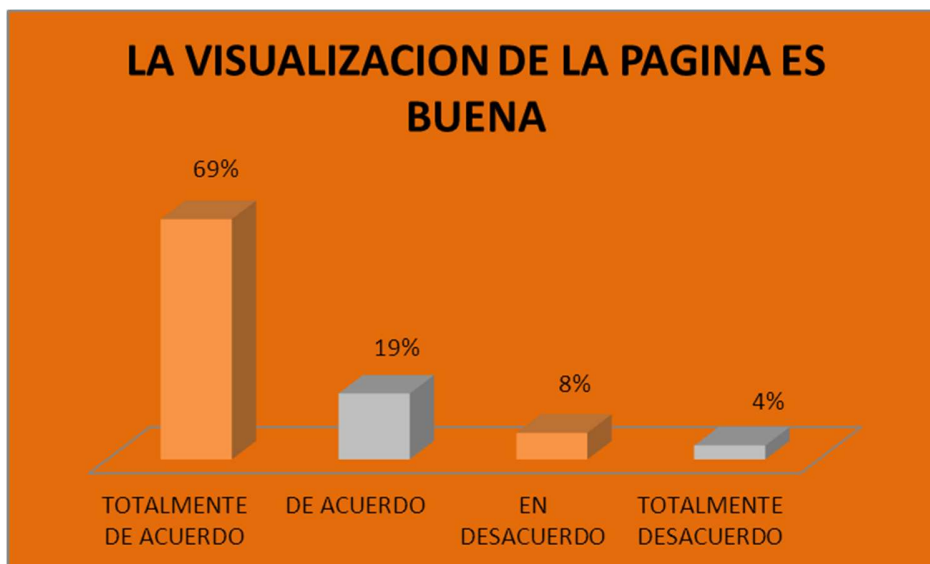


FUENTE: Elaboración propia 2014

INTERPRETACIÓN: De 300 cuestionarios realizados en funcionarios públicos del Municipio de El Alto, se determinó que el 41% están totalmente de acuerdo por el tamaño de la fuente, los colores y gráficos son adecuados en la página web, el 33% de acuerdo, el 15% en desacuerdo y el 11% totalmente desacuerdo.

GRÁFICO 25:

PREGUNTA 17: LA VISUALIZACIÓN DE LA PÁGINA WEB ES BUENA.



FUENTE: Elaboración propia 2014

INTERPRETACIÓN: De 300 cuestionarios llenados por servidoras y servidores públicos del

Gobierno Autónomo Municipal de El Alto, se determinó que el 69% están totalmente de acuerdo que la visualización de la página web de la Unidad de Capacitación de Personal es buena, el 19% de acuerdo, el 8% en desacuerdo y el 4% totalmente desacuerdo.

GRÁFICO 26:

PREGUNTA 18: EL DISEÑO DE LA PÁGINA WEB ES ATRACTIVO.



FUENTE: Elaboración propia 2014

INTERPRETACIÓN: De 300 cuestionarios realizados en funcionarios públicos, se determinó que el 77% están totalmente de acuerdo que el diseño de la página web es atractivo, el 12% de acuerdo, el 7% en desacuerdo y el 5% totalmente desacuerdo

5.4.2. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS.

Esta etapa de evaluación se realizó un análisis de resultados con la interpretación de cada una de las preguntas de la encuesta dirigida a funcionarios públicos del Gobierno Autónomo Municipal de El Alto

Cada una de las preguntas de la encuesta se llevó con la implementación de la página web a la de una manera coherente, directa y objetiva para lograr metas propuestas.

Las preguntas de la segunda encuesta se formularon para la evaluación sobre la estructura, contenido y navegabilidad de la página web, hacia el funcionario público del G.A.M.E.A, por parte de la Unidad de Capacitación de Personal.

Asimismo que el 96% de servidores públicos del Gobierno Autónomo Municipal de El Alto pidieron la implementación de una página web en la Unidad de Capacitación de Personal, ya que la institución cuenta con una línea de internet.

En cuanto al segundo cuestionario que se realizó a 300 servidoras y servidores públicos, con la aplicación de la página web en la Unidad de Capacitación de Personal, resultados obtenidos fueron los siguientes: el 90% totalmente de acuerdo con la implementación tanto en los colores, tipo de fuente, imágenes, estructura y navegabilidad, es para el beneficio de cada uno de los funcionarios públicos del Gobierno Autónomo Municipal de El Alto.

5.4.3. REAJUSTE DE LA PÁGINA WEB.

CUADRO N°9: REAJUSTE DE LA PÁGINA WEB

REAJUSTE DE LA PÁGINA WEB UNIDAD DE CAPACITACIÓN DE PERSONAL – G.A.M.E.A.	
REAJUSTE EN EL TAMAÑO DE LETRA EN TÍTULOS SUBTÍTULOS	Se realizó un reajuste en el tamaño de letras a Arial 14, subrayado, para distinguir títulos y subtítulos, sea mejor visualización de la información que se emite a funcionarios públicos del Gobierno Autónomo Municipal de El Alto.
REAJUSTE EN LA POSICIÓN DE LA GALERÍA DE IMÁGENES LA PÁGINA WEB	Se realizó un reajuste en la posición de la galería de imágenes y materiales de descarga de la página web para servidores públicos.
REAJUSTE EN LA NAVEGACIÓN	Se realizó un reajuste en la navegabilidad de la página web, encargados técnicos informáticos del Gobierno Autónomo Municipal de El Alto.

FUENTE: Elaboración propia 2014

5.4.4. CONCLUSIÓN DEL PROYECTO.

La página web diseñada para la Unidad de Capacitación de Personal del Gobierno Autónomo Municipal de El Alto, para el apoyo en la comunicación interna de la institución se realizó tres ajustes en cuanto al tamaño de letra, posición de la galería de imágenes y materiales de descarga,

así también en la navegación de la página web.

Por tanto, las falencias que existían en la página web, perfeccionadas para la mejor visualización, navegabilidad y actualidad para los servidores públicos del G.A.M.E.A. concurriendo el medio de comunicación importante para la comunicación. Asimismo estar informados para las capacitaciones que realiza la institución y con la aceptación de la página web de funcionarios del Municipio de El Alto.

Así también, la página web es una herramienta para el apoyo la comunicación interna de los funcionarios públicos del Municipio alteño, sobre los programas de capacitación y actualización, ya que los cursos están orientados a calificar el Talento Humano de la entidad, de manera que puedan adquirir conocimientos para aplicar en sus diferentes labores diarias así fortalecer y responder las demandas de la población alteña. Además para el beneficio de la Unidad de Capacitación de Personal y servidores públicos del Gobierno Autónomo Municipal de El Alto.

La propuesta presentada de la Pagina Web a la Unidad de Capacitación de Personal, no se puede dar un seguimiento porque tiene un cronograma institucional y no ha sido aprobado por el Municipio de El Alto, y dependerá de la disponibilidad del presupuesto por parte del Gobierno Autónomo Municipal de El Alto.



CONCLUSIONES

CONCLUSIONES

El objetivo fundamental de este Trabajo Dirigido, crear una página web para apoyar la comunicación interna del Gobierno Autónomo Municipal de El Alto, manteniendo informado tanto a los Oficiales, Directores, Jefes, Servidoras y Servidores públicos del Municipio alteño, de los diferentes programas permanentes de capacitación y actualización que realiza la Unidad de Capacitación de Personal, para que la participación sea con mayor periodicidad.

1. Realizar un diagnóstico en el Gobierno Autónomo Municipal de la ciudad de El Alto.

En el Gobierno Autónomo Municipal de El Alto, se realizó un diagnóstico para conocer los medios de comunicación que son utilizados por la Unidad de Capacitación de Personal para la información sobre los programas de capacitación para los servidores públicos; asimismo si existe la deficiencia en la comunicación interna en el Municipio de El Alto.

2. Diseñar página web para que los servidores públicos, para tengan información oportuna sobre los programas de capacitación y actualización que prepara el municipio de El Alto.

Así pues, la aportación principal de este trabajo consiste en el diseño e implementación de una página web que, el Gobierno Autónomo Municipal de El Alto junto a la Unidad de Capacitación de Personal, encargada de informar sobre las actualizaciones profesionales que son en beneficio de los servidores públicos ya que las capacitaciones se las realiza para una buena formación académica que será en bien de ambas partes de brindar un mejor servicio a la población. Esta herramienta es de gran ayuda para la información oportuna de los contenidos que ofrece la Unidad de capacitación, brindando a los Servidores Públicos la oportunidad de agendar cualesquiera de su interés.

- 3. Implementar la página web en la Unidad de Capacitación de Personal, para reducir el tiempo del trayecto de información para los servidores públicos, sobre las capacitaciones permanentes, así poder apoyar la comunicación interna del Gobierno Autónomo Municipal de El Alto.**

Así mismo, se mejora en gran manera el tiempo que conlleva informar a los servidores y servidoras públicos, sobre los diferentes cursos de capacitación y actualización que viene desarrollando la Unidad de Capacitación de Personal logrando una mayor y eficiente comunicación, falencias que anteriormente en la información dada por escrito no se pudo zanjar. Este problema queda condensado utilizando la herramienta de la página web, siendo esta accesible y rápida en su indagación sobre las capacitaciones que se realizan en la Unidad de Capacitación para así mejorar la comunicación interna de los servidores públicos.

- 4. Fortalecer el trabajo de la Unidad de Capacitación de Personal del Gobierno Autónomo Municipal de El Alto, mediante una eficiente comunicación e información del desarrollo de los programas de actualización para los servidores públicos.**

Al mismo tiempo, de la utilización de esta importante herramienta conlleva a que toda la Unidad de Capacitación de Personal del Gobierno Autónomo Municipal de El Alto, se mantenga en constante actualización de cursos que vayan acorde a cada una de las direcciones del G.A.M.E.A. Como consecuencia esto beneficia en gran magnitud el trabajo en equipo de toda la Unidad ya que para mantener actualizados a los Servidores se debe trabajar conjuntamente entre todos manteniendo un clima laboral placentero que permita transmitir el interés y compromiso demostrado por tan importante Área de trabajo.

Cabe mencionar que esta importante herramienta proporciona a los empleados, además de la oportunidad de informarse sobre los diferentes cursos, adquirir mayores aptitudes, conocimientos y habilidades que aumentan sus competencias, para desempeñarse con éxito en su puesto. De esta manera, también resulta ser una importante herramienta motivadora.

En este sentido crea mejores oportunidades de desarrollo personal y profesional.

5. Conservar una fluida comunicación e información entre los funcionarios de las Sub Alcaldías, Oficialías, Direcciones y Unidades del Municipio de El Alto.

Finalmente es importante mencionar el alto grado de empatía lograda entre los funcionarios de una misma área y con las otras Sub Alcaldías, Oficialías, Direcciones y Unidades del Municipio obteniendo como resultado una filiación afectiva de sus empleados con los propósitos institucionales.

BIBLIOGRAFÍA.

- ARCHIVOS DEL GOBIERNO AUTÓNOMO MUNICIPAL DE EL ALTO
- AROCENA, Francisco. *Web Maestro*.D.R.R.1997.
- AURICUREN, Ana. *Guías de Buenas Prácticas de Comunicación Interna*.Madrid.FEAPPS.2008.
- ARRARTE, G. Y Sánchez de Villapierna, J.I.” *Internet y la enseñanza del español*”. Madrid, ArcoLibros.20/02/2007. 2011.
- BELTRE, Ferreras.Tesis doctoral: *Aplicación usabilidad al proceso de desarrollo de páginas Web*.2008.
- BOIZARD, Alicia. *Internet en Acción* .Santiago de Chile: Mc Graw Hill.1996.
- BERLO, David. “Los Procesos de Comunicación”. Nueva York. Free Prees. 1960.
- BOBADILLA, Jesús; ALCOSER, Alejandro y RODRIGUEZ, Luis. ”Creación de Aplicaciones Web a través de ejemplos”. México D.F. RA-MA. 2000
- CHUQUIMIA, Ryder. *Diseño Proyecto y Desarrollo de la Actividad Investigativa Científica*. La Paz – Bolivia.Jivas .2005.
- CASTILLO, Esparcia Antonio. *Introducción a las Relaciones Públicas*. España. Belydigital.2010.
- CACERES, Chapín José. “*Gramática Descriptiva y Funcional*”. Lima – Perú: LIÑANE.I.R.L.s/f.
- COBO, Romani Juan Cristóbal. “*El Concepto de Tecnologías de Información. Benchmarki TIC en la sociedad del conocimiento*”. ZER.2009.
- DELGADO Ávila, Iván. *Guía de diseño gráfico* .2014
- DIRECCIÓN DE RECURSOS HUMANOS DEL GOBIERNO AUTÓNOMO MUNICIPAL DE EL ALTO

- DAVARA, F.J. "Introducción a los Medios de Comunicación". Madrid: Paulinas. 1990.
- GARCIA, Rubio Raúl. "Guía para la formulación de Proyectos". Hidalgo – México. Fondo UAEH. 2009.
- GARCIA, Jiménez Jesús. "La comunicación Interna". España – Madrid: Díaz de Santos S.A. 1998.
- GRIGELMO, Alex. "Estilo del periodista". España – Madrid: Taurus. 1997.
- GUÍA DE INDUCCIÓN DEL GOBIERNO AUTÓNOMO MUNICIPAL DE EL ALTO. 2014
- GUÍA DE INDUCCIÓN DE LA UNIDAD DE CAPACITACIÓN DEL PERSONAL. 2014
- GONZÁLES Morales, Julio Heberto. *Guía de Macromedia de Flash MX*. Colima, Col. Septiembre 2004.
- FERNANDES, Eduardo. "Planificación". México. 2006.
- LATTIMORE, Dan, OTTIS, Baskin, HEIMAN, Suzette, TOTH, Elizabeth. "Relaciones Publicas – Profesión y Practica". México D.F. McGraw-Hill. 2007.
- MARSHALL, Mcluhan. "Comprender los Medios de Comunicación". Barcelona: Paidós. 1994.
- NARVAEZ, Rocha Daen. "Técnicas de Investigación y Método General". La Paz – Bolivia. D.R. 1994.
- NUÑEZ, Tenorio, JR. "Introducción a la Ciencia". Caracas: Vadell Hermanos. 1997.
- OCAMPO, Castelu Jorge. "Lenguaje y Técnicas de Estudio". La Paz – Bolivia. Elite Impresiones. 2009.
- HERNÁNDEZ, Sampieri Roberto; Fernández Collado, Carlos; Baptista Lucio, Pilar. "Metodología de la Investigación". México: Mc Graw Hill Interamericana. 2003.
- RAYMOND, Simón. "Relaciones Publicas – Teoría y Práctica". México D.F. Linusa. 1997.
- REGLAMENTO INTERNO – GAMEA. 2014.

- SANCHEZ, Alfonso. *Dirección Estratégica de Empresas de Comunicación*. Madrid, Cátedra.2000.
- TAMAYO, Tamayo Mario. "El Proceso de la Investigación Científica". Colombia: Linusa Grupo Noriega.1992.
- CORONADO, Juan José. "La Comunicación Interpersonal. Más allá de la Apariencia". Guadalajara- México: ITESO. 1992.
- TELLO, Leal Edgar. "Las Tecnologías de la información y comunicaciones (TIC) y la brecha digital: su impacto en la sociedad de México". México: RUSC. Vol. 4. 2007.

BIBLIOGRAFÍA ELECTRÓNICA

- Programación en Castellano. Encontrado 14/03/14. Disponible en http://www.programacion.net/html/articulo/moises_gcpw/,1999-2006
- ARROYO, Miguel. Definición de servidor público. Encontrado 20/03/14. Disponible <http://definicion.de/servidor-publico>
- http://es.Wikipedia.org/wiki/Macromedia_Flash
- NUÑIZ, Gonzales Rafael. "Comunicación Integral y Marketing". Encontrado 10/07/2014. disponible en: <http://< 12. Merchandising y publicidad en el lugar de ventasubir14. El rumor como herramienta de marketing y comunicación >>
- NUÑIZ, Gonzales Rafael. "Comunicación Integral y Marketing". Encontrado 23/06/2014. disponible en: <http://www.rppnet.com.ar/comunicacioninterna.htm>
- GAMEA, Organigrama. 2014. Disponible en: <http://www.elalto.gob.bo/index.php/organigrama.html>
- "Página web". Encontrado 04/05/1013. Disponible en : <http://ctb.ku.edu/es/tabla-de-contenidos/liderazgo/administracion-efectiva/comunicacion-interna/principal>
- GOMES, Laura. "Relaciones Publicas". Encontrado 05/07/2014. Disponible en : <http://conceptosehistoriarrpp.blogspot.com/2012/11/relaciones-publicas.html>
- "Historia de la Ciudad de El Alto". encontrado 24/04/2013. Disponible en : <http://www.eabolivia.com/historia-de-la-ciudad-de-el-alto.html>
- TILVES, Mónica. 2013. "Mejorar la Comunicación Interna en las Empresas". Encontrado 17/07/14. Disponible en : <http://www.siliconnews.es/2013/10/25/5-consejos-para-mejorar-la-comunicacion-interna-en-las-empresas/>
- SUROWEIOCKI, James. 2004. "Comunicación Interna 2.0". Encontrado 22/07/14. Disponible en: <http://soniarmuriel.blogspot.com/2012/03/comunicacion-interna-2.html>
- BARTOLOME, Sintés Marco. 2014. "Historia de la Web: los navegadores". Encontrado 04/07/2014. Disponible en: http://www.mclibre.org/consultar/amaya/otros/otros_historia_navegadores.html



ANEXOS

CUESTIONARIO 1.

CUESTIONARIO
GOBIERNO AUTÓNOMO MUNICIPAL DE EL ALTO
(G.A.M.E.A.)

Género: Femenino Masculino

Edad:

Estado civil: Soltero(a) Casado(a) Divorciado(a) Viudo (a)

Cargo.....

I ESCRIBA.

1. ¿Qué medios de comunicación conoce?.....

II ENCIERRE EN UN CÍRCULO LAS RESPUESTAS QUE SEA DE SU AGRADO.

1. ¿Cuáles son los medios de comunicación, utilizados para la información de las capacitaciones y cursos de especialización en la Unidad de Capacitación de Personal?

Impresa Digital Vía Teléfono

2. ¿Usted cree que es efectiva la información de los circulares que recibe de la Unidad de Capacitación y Evaluación de Personal?

10% 30% 50 % 70% 100%

3. ¿Usted a cuantas capacitaciones asistió?

R-.....

4. Usted las capacitaciones que no asistió fue por:

Falta de información Falta de tiempo No le intereso el curso

4 ¿Usted conoce página web? SI NO

4. ¿Está de acuerdo con la implementación de una página web, en la Unidad de Capacitación y Evaluación de Personal, para el acceso de información? SI NO

5. ¿usted cree que la comunicación interna en la institución es deficiente?

SI NO

¡MUCHAS GRACIAS POR SU TIEMPO Y COOPERACIÓN!



CUESTIONARIO 2
GOBIERNO AUTÓNOMO MUNICIPAL DE EL ALTO
PÁGINA WEB DE LA UNIDAD DE CAPACITACIÓN DEL PERSONAL

Form fields for Gender (Femenino, Masculino), Age (Edad), and Civil Status (Soltero(a), Casado(a), Divorciado(a), Viudo(a)).

I. IDENTIFICACIÓN DE LA PÁGINA WEB.

1.- La URL de la página web es fácil de recordar.

Form field for rating the URL: Totalmente de acuerdo, de acuerdo, en desacuerdo, totalmente desacuerdo.

2.- La página web está actualizada.

Form field for rating website updates: Totalmente de acuerdo, de acuerdo, en desacuerdo, totalmente desacuerdo.

3.- La página web da la posibilidad de proporcionar feedback.

Form field for rating feedback possibility: Totalmente de acuerdo, de acuerdo, en desacuerdo, totalmente desacuerdo.

II. CONTENIDO

1.- La página web trasmite información.

Form field for rating information transmission: Totalmente de acuerdo, de acuerdo, en desacuerdo, totalmente desacuerdo.

2.- Las distintas secciones, títulos son claras y facilitan el acceso a los contenidos.

Form field for rating content clarity: Totalmente de acuerdo, de acuerdo, en desacuerdo, totalmente desacuerdo.

III. NAVEGABILIDAD Y DISEÑO.

1.- La página se carga de forma rápida.

Form field for rating page loading speed: Totalmente de acuerdo, de acuerdo, en desacuerdo, totalmente desacuerdo.

desacuerdo

2.- Los distintos elementos de la página se muestran bien.

Totalmente de acuerdo de acuerdo en desacuerdo totalmente
desacuerdo

3.- Le es fácil encontrar los contenidos.

Totalmente de acuerdo de acuerdo en desacuerdo totalmente
desacuerdo

4.-El tamaño de la fuente, los colores y gráficos son adecuados.

Totalmente de acuerdo de acuerdo en desacuerdo totalmente
desacuerdo

5.- La visualización de la página es buena.

Totalmente de acuerdo de acuerdo en desacuerdo totalmente
desacuerdo

6.- El diseño de la web es atractivo.

Totalmente de acuerdo de acuerdo en desacuerdo totalmente
desacuerdo

MUCHAS GRACIAS POR SU TIEMPO Y COLABORACIÓN!!

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN	86
1.1.JUSTIFICACIÓN	97
1.2.DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA O SITUACIÓN A RESOLVER	108
1.3.PROBLEMA.	119
1.4.OBJETIVOS.....	1240
1.4.1. OBJETIVO GENERAL.....	1240
1.4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	1240
2. MARCO REFERENCIAL	1412
2.1.HISTORIA DE LA CIUDAD DE EL ALTO.....	1412
2.2.BASE LEGAL DEL MUNICIPIO DE EL ALTO.....	1513
2.3.GOBIERNO AUTÓNOMO MUNICIPAL DE EL ALTO.	1614
2.3.1. MISIÓN.....	1614
2.3.2. VISIÓN.....	1614
2.3.3. ESTRUCTURA DEL GOBIERNO AUTÓNOMO MUNICIPAL DE EL ALTO.	1715
2.4.FUNCIONES DE OFICIALÍAS Y DIRECCIONES ESPECIALES DEL GOBIERNO AUTÓNOMO MUNICIPAL DE EL ALTO.....	1715
2.5.NIVEL DE OPERACIÓN DESCONCENTRADA.....	2220
2.6.PRINCIPIOS DEL GOBIERNO AUTÓNOMO MUNICIPAL DE EL ALTO.	2220
2.7.UNIDAD DE CAPACITACIÓN DE PERSONAL.....	2220
2.7.1. OBJETIVO DE LA UNIDAD.	2321
2.7.1.1. MISIÓN.....	2321
2.7.1.2. VISIÓN.	2321
2.7.2. ALIANZAS ESTRATÉGICA.....	2321
3. MARCO TEÓRICO.....	2523
3.1.COMUNICACIÓN.....	2523
3.1.1. MEDIOS DE COMUNICACIÓN.....	2523
3.1.1.1. DIVISIÓN DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN.	2624
3.1.1.1.1. MEDIOS AUDIOVISUALES.....	2624
3.1.1.1.2. MEDIOS RADIOFÓNICOS.	2725
3.1.1.1.3. MEDIOS DIGITALES.....	2826
3.1.1.1.4. MEDIOS IMPRESOS	2826

3.1.2. TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN (TIC).....	2927
3.1.3. RECURSOS TELEMÁTICOS: LAS REDES DE COMUNICACIÓN.....	3129
3.1.3.1. LA INTERNET.....	3129
3.1.3.2. PÁGINA WEB.....	3230
3.1.3.2.1. ORIGEN DE LA PÁGINA WEB.....	3432
3.1.3.2.2. EVOLUCIÓN DE LA PÁGINA WEB.....	3533
3.1.3.2.3. CARACTERÍSTICAS IMPORTANTES DE LA PÁGINA WEB.....	3735
3.1.3.2.4. TIPOS DE PÁGINAS WEB.....	3836
3.1.3.2.5. ¿PARA QUÉ SIRVE LA PÁGINA WEB?.....	3937
3.1.3.2.6. ETAPAS DE LA PÁGINA WEB.....	4038
3.1.3.2.7. VENTAJAS DE LA PÁGINA WEB.....	4240
3.1.3.2.8. CORREO ELECTRÓNICO.....	4240
3.2. RELACIONES PÚBLICAS.....	4341
3.2.1. EVOLUCIÓN HISTÓRICA DE LAS RELACIONES PÚBLICAS.....	4543
3.2.1.1. ETAPAS DE LAS RELACIONES PÚBLICAS.....	4543
3.2.1.2. FUNCIONES DE LAS RELACIONES PÚBLICAS.....	4644
3.2.2. COMUNICACIÓN INTERNA.....	4745
3.2.2.1. TIPOS DE COMUNICACIÓN INTERNA Y HERRAMIENTAS.....	4846
3.2.2.1.1. VENTAJAS DE LA COMUNICACIÓN INTERNA.....	5048
3.2.2.2. COMUNICACIÓN INTERNA TRAS LA PÁGINA WEB.....	5149
3.2.2.3. INCONVENIENTES DE LA FALTA DE COMUNICACIÓN INTERNA.....	5250
3.2.2.4. COMUNICACIÓN INTERNA EN LA PRÁCTICA.....	5250
3.2.3. ANÁLISIS DE PÁGINAS WEB.....	5452
3.2.3.1. ANÁLISIS DE LA PÁGINA WEB DE LA GOBERNACIÓN DE MAGDALENA COLOMBIA.....	5553
3.2.3.2. ANÁLISIS DE LA PÁGINA WEB DEL GOBIERNO DE LA PROVINCIA DE SALTA – ARGENTINA.....	5755
3.2.3.3. ANÁLISIS DE LA PÁGINA WEB DE LA GOBERNACIÓN DE SANTA CRUZ – BOLIVIA.....	5957
3.2.3.4. ANÁLISIS DE LA PÁGINA WEB DE LA GOBERNACIÓN DE COCHABAMBA – BOLIVIA.....	6058
3.2.4. CONSIDERACIONES GENERALES SOBRE LAS PÁGINAS WEB ANALIZADOS....	6260
4. MARCO METODOLÓGICO.....	6563

4.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	<u>6563</u>
4.2. MÉTODO.....	<u>6664</u>
4.3. ENFOQUE.....	<u>6664</u>
4.4. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	<u>6664</u>
4.5. POBLACIÓN Y MUESTRA.....	<u>6765</u>
4.5.1. POBLACIÓN.....	<u>6765</u>
4.5.2. MUESTRA.....	<u>6866</u>
4.6. INSTRUMENTOS Y TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN.....	<u>6967</u>
5. APLICACIÓN DE LA PROPUESTA.....	<u>7270</u>
5.1. PROPUESTA – PÁGINA WEB PARA APOYAR LA COMUNICACIÓN INTERNA DEL GOBIERNO AUTÓNOMO MUNICIPAL DE EL ALTO.....	<u>7270</u>
5.1.1. DIAGNÓSTICO.....	<u>7371</u>
5.1.2. OBSERVACIÓN.....	<u>7371</u>
5.1.2.1. DIARIO DE OBSERVACIÓN.....	<u>7472</u>
5.1.2.2. EVALUACIÓN DEL TRABAJO DE INDAGACIÓN EN EL CAMPO INSTITUCIONAL.....	<u>7573</u>
5.1.3. ENCUESTA.....	<u>7674</u>
5.1.4. NECESIDADES.....	<u>7675</u>
5.1.4.1. NECESIDADES DE LAS SERVIDORAS Y SERVIDORES PÚBLICOS DEL GOBIERNO AUTÓNOMO MUNICIPAL DE EL ALTO.....	<u>7775</u>
5.1.4.2. NECESIDADES DE LA UNIDAD DE CAPACITACIÓN Y EVALUACIÓN DE PERSONAL DEL GOBIERNO AUTÓNOMO MUNICIPAL DE EL ALTO.....	<u>7775</u>
5.1.5. ANÁLISIS F.O.D.A.....	<u>7776</u>
5.1.5.1. FORTALEZAS:.....	<u>7877</u>
5.1.5.2. OPORTUNIDADES:.....	<u>7977</u>
5.1.5.3. DEBILIDADES.....	<u>7977</u>
5.1.5.4. AMENAZAS:.....	<u>7977</u>
5.1.6. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS.....	<u>7977</u>
5.1.6.1. CUADROS INTERPRETATIVOS DEL CUESTIONARIO DEL DIAGNÓSTICO..	<u>8078</u>
5.1.7. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS.....	<u>8785</u>
5.1.8. SÍNTESIS DE LOS GRÁFICOS DE LA ENCUESTA A SERVIDORES PÚBLICOS DEL GOBIERNO AUTÓNOMO MUNICIPAL DE EL ALTO.....	<u>8886</u>
5.2. PLANIFICACIÓN.....	<u>9088</u>
5.2.1. OBJETIVOS.....	<u>9189</u>
5.2.1.1. OBJETIVO GENERAL DE LA PÁGINA WEB.....	<u>9189</u>

5.2.1.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE LA PÁGINA WEB.....	<u>9189</u>
5.2.2. MISIÓN DE LA PÁGINA WEB.	<u>9290</u>
5.2.3. TIPO DE PÁGINA WEB.	<u>9290</u>
5.2.4. CARACTERÍSTICAS DE LA PÁGINA WEB.	<u>9290</u>
5.2.5. CRONOGRAMA DEL FUNCIONAMIENTO DE LA PÁGINA WEB.	<u>9391</u>
5.3.EJECUCIÓN.	<u>9391</u>
5.3.1. SOLUCIÓN.	<u>9391</u>
5.3.1.1. CONTENIDO.	<u>9492</u>
5.3.1.2. PLAN DE DISEÑO.	<u>9593</u>
5.3.1.3. ESTRUCTURA GENERAL.	<u>9593</u>
5.3.1.4. PÁGINA WEB PARA LA UNIDAD DE CAPACITACIÓN DE PERSONAL DEL GOBIERNO AUTÓNOMO MUNICIPAL DE EL ALTO.....	<u>9795</u>
5.3.1.5. DISEÑO DE LA PÁGINA WEB.	<u>9896</u>
5.3.1.6. HERRAMIENTAS PARA EL DISEÑO DE LA PÁGINA WEB.....	<u>9896</u>
5.3.1.7. MODO DE INGRESO DELA PÁGINA WEB.	<u>10098</u>
5.3.1.8. PORTADA PRINCIPAL DE LA PÁGINA WEB.....	<u>10199</u>
5.3.1.9. DESGLOSE DE PÁGINA WEB.	<u>10199</u>
5.3.1.10. IMÁGENES DE LAS CAPACITACIONES.....	<u>111409</u>
5.3.1.11. APLICACIÓN DE LA PÁGINA WEB.	<u>116414</u>
5.4.EVALUACIÓN.....	<u>117415</u>
5.4.1. ANÁLISIS Y RESULTADOS DEL CUESTIONARIO DE EVALUACIÓN.	<u>117415</u>
5.4.2. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS.	<u>126424</u>
5.4.3. REAJUSTE DE LA PÁGINA WEB.	<u>127425</u>
5.4.4. CONCLUSIÓN DEL PROYECTO.....	<u>127425</u>
CONCLUSIONES.....	<u>130428</u>
BIBLIOGRAFÍA.....	<u>133431</u>
BIBLIOGRAFÍA ELECTRÓNICA	<u>136434</u>

ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO N°1: ENFOQUE TEÓRICO Y PRÁCTICO.....	<u>119</u>
CUADRO N°2: COMUNICACIÓN DESCENDENTE	<u>4947</u>
CUADRO N°3: COMUNICACIÓN ASCENDENTE.....	<u>4947</u>
CUADRO N°4: COMUNICACIÓN.....	<u>5351</u>
CUADRO N°5: COMUNICACIÓN INTERNA	<u>5452</u>
CUADRO N°6: MARCO METODOLÓGICO	<u>7068</u>
CUADRO N°7: SÍNTESIS DE LA ENCUESTA DE DIAGNÓSTICO	<u>8886</u>
CUADRO N°8: CRONOGRAMA DE LA PÁGINA WEB.....	<u>9391</u>
CUADRO N°9: REAJUSTE DE LA PÁGINA WEB	<u>127125</u>

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO N°1: PÁGINA WEB DE LA GOBERNACIÓN DE MAGDALENA - COLOMBIA.....	5654
GRÁFICO N°2: PÁGINA WEB DEL GOBIERNO DE LA PROVINCIA DE SALTA - ARGENTINA.....	5856
GRÁFICO N°3: PÁGINA WEB DE LA GOBERNACIÓN DE SANTA CRUZ - BOLIVIA	5957
GRÁFICO N°4: PÁGINA WEB DE LA GOBERNACIÓN DE COCHABAMBA - BOLIVIA.....	6159
GRÁFICO N°5: PLAN DE DESARROLLO DE LA PROPUESTA	7270
GRÁFICO N°6: ESTRUCTURA DE LA PÁGINA WEB.....	9694
GRÁFICO N°7: ESTRUCTURA DE LA PÁGINA WEB DE LA UNIDAD DE CAPACITACIÓN DE PERSONAL	9795
GRÁFICO N°8: MODO DE INGRESO DE LA PÁGINA WEB	10098
GRÁFICO N°9: ELEMENTOS DE LA PÁGINA WEB	10098
GRÁFICO N°10: PORTADA PRINCIPAL DE LA PÁGINA WEB.....	10199
GRÁFICO N°11: IDENTIFICACIÓN DE LA PÁGINA WEB	102400
GRÁFICO N°12: LOGOTIPO DE LA UNIDAD DE CAPACITACIÓN DE PERSONAL – GOBIERNO AUTÓNOMO MUNICIPAL DE EL ALTO	102400
GRÁFICO N°13: MENÚ DE LA PÁGINA WEB	103401
GRÁFICO N°14: ÍCONO DE INICIO DE LA PÁGINA WEB.....	103401
GRÁFICO N°15: ÍCONO G.A.M.E.A. DE LA PÁGINA WEB.....	104402
GRÁFICO N°16: CONTENIDO DEL ÍCONO G.A.M.E.A.....	104402
GRÁFICO N°17: HISTORIA DE LA CIUDAD DE EL ALTO	105403
GRÁFICO N°18: CIUDAD DE EL ALTO	105403
GRÁFICO N°19: VISIÓN Y MISIÓN DEL GOBIERNO AUTÓNOMO MUNICIPAL DE EL ALTO	106404
GRÁFICO N°20: VISIÓN Y MISIÓN DE LA UNIDAD DE CAPACITACIÓN DE PERSONAL	106404
GRÁFICO N°21: MATERIALES PARA CAPACITACIONES.....	107405
GRÁFICO N°22: GUÍA DE INDUCCIÓN PARA SERVIDORES PÚBLICOS DEL GOBIERNO AUTÓNOMO MUNICIPAL DE EL ALTO.....	107405
GRÁFICO N°23: ÍCONO CURSO DE LA PÁGINA WEB	108406
GRÁFICO N°24: CONVOCATORIA PARA LAS CAPACITACIONES	109407
GRÁFICO N°25: CAPACITACIONES REALIZADAS EN 2013	109407
GRÁFICO N°26: CAPACITACIONES REALIZADAS EN 2014	110408
GRÁFICO N°27: FORMULARIO DE INSCRIPCIÓN PARA LAS CAPACITACIONES.....	110408
GRÁFICO N°28: REVISTAS DE GUÍA DE INDUCCIÓN Y DOSSIER	111409
GRÁFICO N°29: GALERÍA DE FOTOS DE CAPACITACIONES.....	111409
GRÁFICO N°30: CAPACITACIÓN SOBRE: RELACIONES HUMANAS Y PÚBLICAS	112410
GRÁFICO N°31: CAPACITACIÓN SOBRE: LEY 1178 EN LA ADMINISTRACIÓN	112410
GRÁFICO N°32: CAPACITACIÓN SOBRE: LA EVALUACIÓN DE DESEMPEÑO EN LAS	

MUNICIPALIDADES.....	113+11
GRÁFICO N°33: CAPACITACIÓN SOBRE: COMPETENCIAS MUNICIPALES Y REFORMAS ADMINISTRATIVAS DEL ESTADO PLURINACIONAL	113+11
GRÁFICO N°34: CAPACITACIÓN SOBRE: SISTEMAS DE CONTROL - GUBERNAMENTAL.....	114+12
GRÁFICO N°35: ÍCONO DE NOTAS DE LA PÁGINA WEB.....	114+12
GRÁFICO N°36: NOTAS DE LOS CURSOS Y CAPACITACIONES REALIZADOS	115+13
GRÁFICO N°37: ÍCONO DE CONTACTOS DE LA PÁGINA WEB	115+13
GRÁFICO N° 38: LINK PARA LA PARTICIPACIÓN Y COMENTARIOS DE LOS SERVIDORES PÚBLICOS DEL GAMEA	116+14