


**Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Ejercicio Profesional Supervisado**

The seal of the Universidad de San Carlos de Guatemala is a circular emblem. It features a central shield with a crown on top, surrounded by a wreath. The shield is set against a background of a globe. The Latin motto "LETTERAS QVAE CONSPICUA CAROLINA ACQVAVIT" is inscribed around the top inner edge of the seal, and "UNIVERSITAS SAN CAROLIS GUATEMALENSIS INTER" is inscribed around the bottom inner edge.

“Estrategia de Comunicación Organizacional para la Escuela Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala, sobre la Incomunicación entre Personal Administrativo, Docentes, Autoridades y Alumnos de Plan diario de Licenciatura y las barreras comunicacionales.”

Evelin Maritza Morazán Gaitán

Previo a optar por el título de:

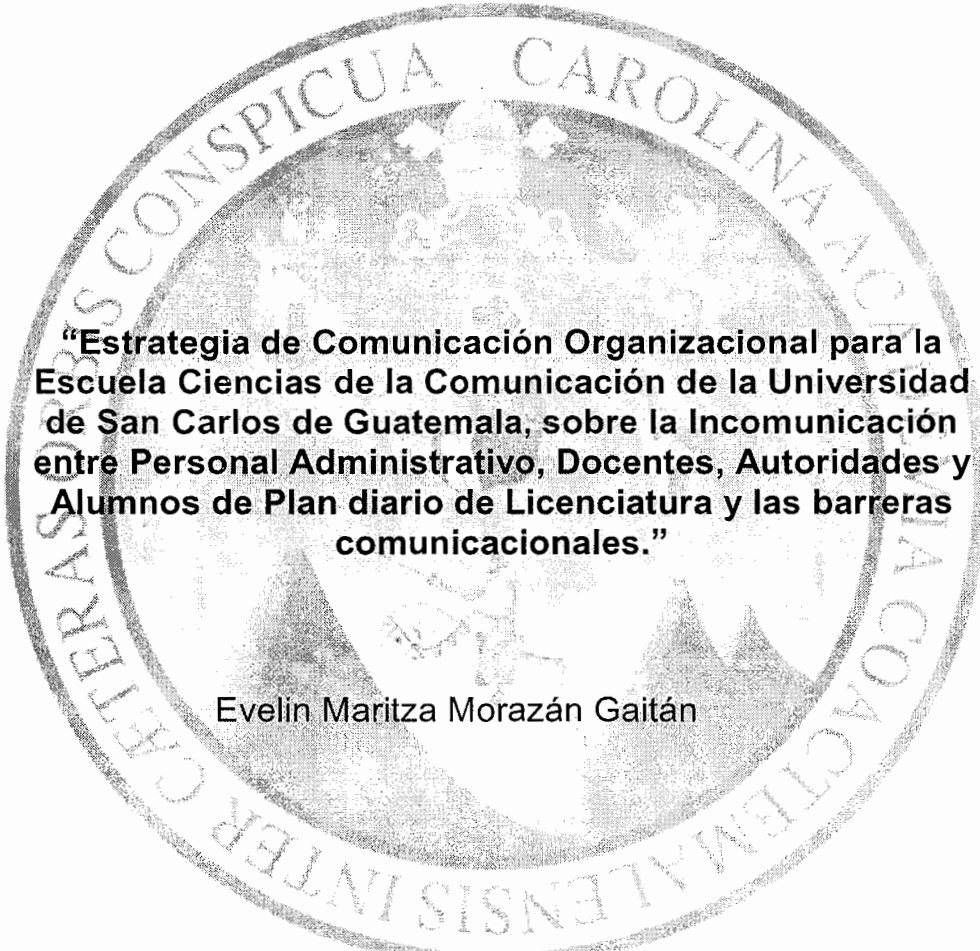
Licenciada en Ciencias de la Comunicación

Asesor:

Lcdo. Hugo Rolando Castro Guzmán

GUATEMALA, NOVIEMBRE 2013

**Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Ejercicio Profesional Supervisado**

The seal of the University of San Carlos of Guatemala is a circular emblem. It features a central shield with a cross and other heraldic symbols, surrounded by a wreath. The Latin motto "SICUT ERAS CONSPICUA CAROLINA ACUTIA COACTEM ALIENSIS INTER" is inscribed around the perimeter of the seal.

“Estrategia de Comunicación Organizacional para la Escuela Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala, sobre la Incomunicación entre Personal Administrativo, Docentes, Autoridades y Alumnos de Plan diario de Licenciatura y las barreras comunicacionales.”

Evelin Maritza Morazán Gaitán

Previo a optar por el título de:

Licenciada en Ciencias de la Comunicación

Asesor:

Lic. Hugo Rolando Castro Guzmán

GUATEMALA, NOVIEMBRE 2013

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

Director

Lic. Julio E. Sebastián Ch.

Consejo Directivo

Representante Docentes

Lic. Víctor Carillas
M.A. Amanda Ballina

Representantes Estudiantiles

Pub. José Jonathan Giron
Pub. Anibal de León

Representantes de los Egresados

Lic. Johnny Michael González Batres

Secretaría

M. Sc. Claudia Molina

Comisión de Eps

Coordinador

M.A. Julio Ochoa

Supervisor 1

M.A. Oneida Rodas

Supervisor 2

Lic. Hugo Castro

Supervisor 3

Lic. Elio Quim



Guatemala, octubre 26 de 2,013

Estudiante Epesista de Licenciatura
Evelin Maritza Morazán Gaitán
Carné No. 199820228
Presente.

Para su conocimiento y efectos se hace constar que:

Luego de evaluado su trabajo académico impreso y de campo titulado: **Estrategia de comunicación organizacional para la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala, sobre la incomunicación entre el personal administrativo, docentes, autoridades y alumnos del plan diario de Licenciatura y las barreras comunicacionales.** Y de haber sustentado el examen privado y defensa de su proyecto de EPS de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, se da por **Aprobado por Unanimidad** del Tribunal Examinador su trabajo final y se autoriza su aprobación en el acta de cierre respectiva y la impresión de su trabajo final de EPSL en un número de 5 ejemplares impresos que deberá entregar a diferentes instancias así como 3 CD's con el documento incluido en formato PDF los cuales deberá entregar a las Bibliotecas Flavio Herrera y Central y a la Comisión de Tesis de la E.C.C.

Sin más que hacer constar:

“ID Y ENSEÑAD A TODOS”

Lic. Hugo Rolando Castro Guzmán
Supervisor

M.A. Oneyda Rodas
Supervisora

M.A. Marco Julio Ochoa España
Coordinador





Guatemala, enero de 2,013

M.A. Marco Julio Ochoa España
Coordinador EPS de Licenciatura
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Presente.

Estimado M.A. Ochoa España,

Yo **Evelin Maritza Morazán Gaitán**, quien me identifico con carné No. **9820228** e inscrito (a) formalmente para el ciclo lectivo en curso, tengo a bien comunicarle que, comprendido dentro de los parámetros legales que establece el reglamento del Ejercicio Público Supervisado, EPS, de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación y en el entendido que tengo la disponibilidad de tiempo necesario para cursarlo, he decidido optar al sistema de graduación de dicha licenciatura por medio del programa que usted dirige.

Por tal razón, solicito ser aceptado (a) en el programa del EPS de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación correspondiente al año 2,013, comprometiéndome a respetar lo dispuesto en las leyes y reglamentos de la Universidad de San Carlos de Guatemala y de la Escuela de Ciencias de la Comunicación.

Esperando ser aceptada tal solicitud, quedo a la espera de su cordial respuesta.

Atentamente,

Evelin Maritza Morazán Gaitán
Carné No. **9820228**

Cc. Archivo personal



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

Guatemala, enero de 2013

Estudiante
Evelin Maritza Morazán Gaitán
EPS de Licenciatura
Escuela de Ciencias de la Comunicación.
Universidad de San Carlos de Guatemala
Presente.

Apreciable estudiante **Morazán Gaitán**, para su conocimiento y efectos me permito comunicarle que ha sido oficialmente aceptado (a) para optar al programa de graduación de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación denominado Ejercicio Público Supervisado, EPS bajo las condicionantes siguientes:

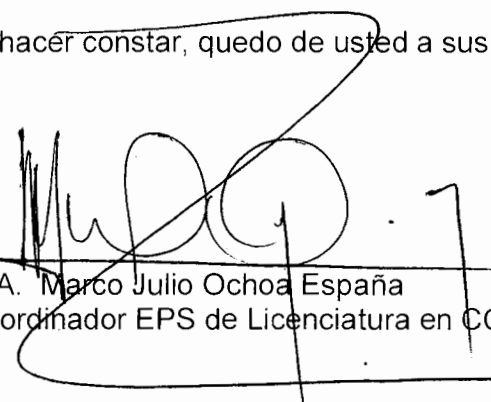
Atender a las normas y procedimientos establecidos por la Universidad de San Carlos de Guatemala, la Escuela de Ciencias de la Comunicación y la Coordinación General del EPS de la licenciatura que actuará bajo los estatutos establecidos en el reglamento interno aprobado por el Consejo Directivo de esta Unidad Académica.

Cumplir a cabalidad con las fases establecidas en el EPS las cuales son de pleno conocimiento por usted, transmitido por medio del curso propedéutico impartido por esta Coordinación.

Rendir su informe de manera profesional y con la fundamentación científica que se requiere para el mismo, cumpliendo con los requisitos que para el efecto se traducen en las cartas oficiales, mismas que deberán ser incluidas en su informe final.

No habiendo más que hacer constar, quedo de usted a sus ordenes.

Deferentemente,


M.A. Marco Julio Ochoa España
Coordinador EPS de Licenciatura en CC.



cc. expediente estudiantil
cc. archivo Coordinación



Guatemala, Enero de 2,013

M.A. Marco Julio Ochoa España
Coordinador EPS de Licenciatura
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Presente.

Apreciable Maestro Ochoa, tengo ha bien informarle que a ésta institución se ha presentado el (la) estudiante **Evelin Maritza Morazán Gaitán** quien se identifica con su No. de Carné 199820228 a solicitar le sea aceptada su participación como epesista del programa que usted dirige.

En tal sentido, comunicamos a usted que el (la) estudiante ha sido aceptado (a) bajo el siguiente compromiso:

La institución se compromete a otorgar un espacio físico al (la) estudiante para que realice de forma profesional su trabajo de investigación.

La institución se compromete a emitir un informe mensual sobre la labor del (la) estudiante a la Coordinación que usted dirige mediante correo electrónico y,

La institución se compromete a no desviar el trabajo para el que el (la) epesista fue aceptado, en el entendido que el mismo comprende un diagnóstico, propuesta, ejecución y evaluación de estrategias comunicacionales que sirvan de soporte al buen funcionamiento y desempeño tanto del personal como de los objetivos de la misma.

Sin más qué hacer constar, nos suscribimos de usted.

Cordialmente,

Lic. Hugo Rolando Castro Guzmán
Supervisor de EPS de Licenciatura



cc. archivo estudiantil



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

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



28 OCT 2013

RECIBIDO
COORDINACION EPS

Hora: _____ Ref. _____

Guatemala, agosto 30 de 2013

Licenciado
Hugo Rolando Castro Guzmán
Supervisor de EPS Licenciatura 2013
Presente.

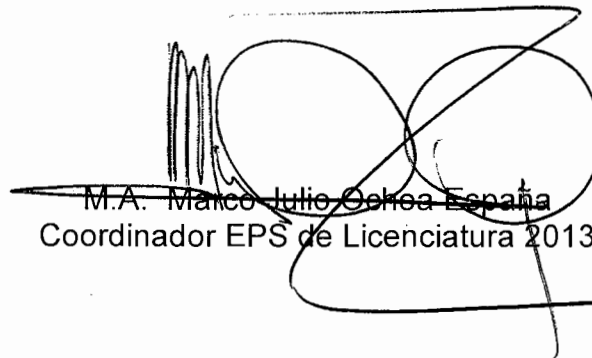
Apreciable Licenciado Castro Guzmán, me es grato saludarle y al mismo tiempo externarle nuestro agradecimiento por haberle abierto las puertas de su organización a una de nuestras egresadas, pues sin duda alguna, sin ese gran apoyo hoy por hoy no contaríamos con una profesional más y el alto nivel académico que presenta, requisito primordial en todos nuestros egresados.

Al tiempo, utilizo la presente para informarle que nuestra egresada ha concluido su práctica profesional con ustedes, razón por la cual, además, nos permitimos invitarle a usted o, en el entendido de lo apretado de su agenda, un representante suyo nos pueda acompañar al acto de graduación de la profesional, el cual se llevará a cabo el día 9 de noviembre de 15:00 a 18:00 horas en el Aula Magna Iglú, ubicada en nuestro Campus Central.

A la espera de su grata compañía y con un profundo agradecimiento por delante, quedo de usted muy agradecido.

Deferentemente,

ID Y ENSEÑAD A TODOS


M.A. Marco Julio Ochoa España
Coordinador EPS de Licenciatura 2013



MJOE/mjoe.

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



Escuela de Ciencias de la Comunicación

Universidad de San Carlos de Guatemala

Guatemala 9 de octubre de 2013

Licenciado:
Hugo Nery Bach
Lagencia
Presente.

Le saludo cordialmente deseándole éxitos en sus actividades diarias.

Nos comunicamos con usted para hacer de su conocimiento que como parte de la estrategia de comunicación de la Epesista de Licenciatura, Evelin Morazán Gaitán y que realizó sus prácticas para la Escuela de Ciencias de la Comunicación, utilizaremos dos de las portacarteleros que usted tiene a su cargo, mismas que se ubican en las entradas de los edificios Bienestar Estudiantil y M-2, respectivamente.

Dichas mantas vinílicas son los Directorios de ambos edificios, y son la conclusión del proyecto de información de las diferentes instancias que los conforman, por lo que, también le informamos que las mismas quedarán de forma permanente sin que puedan ser removidas por ningún motivo. La fecha que se tiene programada la colocación de estas mantas son para el día viernes 11 de octubre.

Sin más por el momento y agradeciendo su comprensión y colaboración al respecto, así como del personal que permanece a su cargo, incluyendo alumnos que participan en sus festivales, quedamos de usted muy agradecidos.

Atentamente,


M.A. Julio Dehon
Coordinador de EPS de Licenciatura




Evelin Morazán Gaitán
Epesista


Lic. Julio Sebastián
Dirección



9-10-13

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

Dedicatoria

A Dios

Le estaré eternamente agradecida por guiarme en esta etapa de mi vida, por protegerme y derramar su sabiduría, por llenar mi vida con habilidades, destrezas y conocimiento, para alcanzar este otro triunfo, la Gloria y la Honra sean para Él.

A mis Hijos

Bryan Corado Morazán y Kenneth Corado Morazán, les dedico este triunfo son lo más importante en mi vida, y espero ser fuente de inspiración en sus vidas.

A mi esposo

Carlos Roberto Corado, gracias por apoyarme para lograr mis sueños y mis metas todos estos años.

A mi Madre

Gloria Marina Gaitán, gracias por su apoyo en cada una de las etapas que he vivido. Por su paciencia, amor y comprensión ante mis presiones laborales.

A mi Padre

Juan Jesús Morazán Mazariegos (QEPD). Sin el nada hubiera logrado, fue mi mejor amigo, mi apoyo total e incondicional. Este triunfo se lo debo a Él. Un beso y abrazo Celestial.

A mi hermano William Morazán (QEPD), que fue un hombre luchador y emprendedor fuente de inspiración.

A mis hermanas

Noemí Morazán Gaitán y Jacqueline Morazán Gaitán, aunque estén en un país lejano, les doy gracias por su amor, apoyo y motivarme de muchas maneras.

A mi hermano y sobrinos

Henry Morazán Gaitán, aunque las circunstancias sean difíciles estas nos sirven para agarrar más fuerza y vencer con el bien toda adversidad.

A mi Coordinador MA Julio Ochoa y mi Supervisor Lic. Hugo Castro

Por la aportación de nuevos conocimientos, la disciplina para trabajar, la dedicación y el tiempo.

A mis Amigos y Compañeros de trabajo

Por brindarme su amistad y apoyo, momentos inolvidables que me han servido de aprendizaje en la vida. Todo mi cariño y respeto.

A la Escuela de Ciencias de la Comunicación

Por darme las herramientas del saber académico y formación profesional, por creer en mí y sobre todo por su apoyo.

Y a todos aquellos que hicieron posible la realización y elaboración de este trabajo.

INDICE

Capítulo I

1.1 Introducción.....	1
1.2 Antecedentes.....	2
1.3 Justificación.....	3
1.4 La institución.....	4
1.5 Perfil institucional.....	4
1.6 Delimitación de la Investigación.....	7
1.7 Objetivos Institucionales.....	7
1.7.1 General.....	7
1.7.2 Específicos.....	7
1.8 Misión y Visión Institucional.....	8
1.8.1 Misión Institucional.....	8
1.8.2 Visión institucional.....	9
1.9 Planteamiento del Problema Comunicacional.....	10

Capítulo II

2. Fundamentos Teóricos.....	11
2.1 Comunicación.....	11
2.2 Elementos del Proceso de la Comunicación.....	12
2.2.1 Emisor	12
2.2.2 Código.....	13
2.2.3 El medio o Canales de Comunicación.....	13
2.2.4 El mensaje.....	14
2.2.5 El Receptor.....	14
2.2.6 La Respuesta.....	14
2.2.7 Ruido	15
2.2.8 Feed-Back (Retroalimentación).....	15
2.2.9 Contexto.....	15
2.3 Funciones de la Comunicación.....	16
2.3.1 Control.....	16
2.3.2 Motivación.....	17
2.3.3. Expresión emocional.....	17
2.3.4 Información.....	17
2.4 Errores de la Comunicación.....	17
2.4.1 Los componentes conductuales de la comunicación.....	18
2.4.2 Componentes no Verbales.....	18
2.4.3 Componentes Paraverbales.....	19
2.4.4. Componentes verbales.....	19

2.5 Barreras de la Comunicación.....	20
2.5.1 Barreras Organizacionales.....	21
2.5.2 Barreras Administrativas.....	21
2.5.3 Barreras Físicas.....	22
2.5.4 Barreras Humanas.....	22
2.5.5 Barreras Psicológicas.....	22
2.6 Tipos de Comunicación.....	24
2.6.1 Comunicación Alternativa.....	24
2.6.2 Comunicación para el Desarrollo.....	25
2.6.3 Comunicación Organizacional.....	26
2.6.3.1 Comunicación Organizacional Interna.....	27
2.6.3.2 Comunicación Organizacional Externa.....	28
➤ Comunicación externa operativa.....	28
➤ Comunicación externa estratégica.....	28
➤ Comunicación externa de notoriedad.....	29
2.7 La incomunicación.....	30
2.8 Rumores.....	31
2.10 La Observación.....	31
2.11 Tipos de Observación.....	33
2.11.1 Observación Científica.....	33
2.11.2 Observación Subjetiva.....	34
2.11.3 Observación Directa.....	34
2.11.4 Observación indirecta.....	35
2.11.5 Observación Participante.....	35
2.11.6 Observación No Participante.....	35
2.11.7 Observación de Campo.....	35
2.11.8 Observación Individual.....	36
2.11.9 Observación de Equipo.....	36
2.11.10 Observación Experimental o de Laboratorio.....	36
2.11.11 Observación No Dirigida.....	37
2.11.12 Observación Dirigida o estructurada.....	37

Capítulo III

3.1 El Diagnóstico.....	38
3.2 Objetivos del Diagnóstico.....	38
3.2.1 Objetivo General.....	38
3.2.2 Objetivos Específicos.....	39
3.4 Diagnóstico Cuantitativo resultados.....	40
3.5 FODA.....	64
3.6 Árbol del problema comunicacional.....	66
3.7 Resultados del diagnóstico (Matriz con indicadores).....	67

Capítulo IV

4.1. Estrategia comunicacional.....	68
4.2. Objetivos de la Estrategia.....	69
4.2.1. Objetivo General.....	69
4.2.2. Objetivos Específicos.....	70
4.3. Misión	70
4.4. Visión.....	70
4.5. Elementos comunicacionales a utilizar en su propuesta.....	70
4.6. Cronograma de Estrategia (matriz).....	72
4.7. Proyección de gastos a invertir.....	73
4.8. Conclusiones.....	74
4.9. Recomendaciones.....	74
Bibliografía.....	76
e-Grafías.....	78
Anexos.....	79



Capítulo I

1.1. Introducción

El aporte y el tipo de trabajo que se realiza y ejecuta en el Ejercicio Profesional Supervisado fortalece mecanismos, canales y estrategias que benefician a la institución.

La estrategia de comunicación que se plantea tiene como fin implementar un cambio efectivo informativo y organizacional en la comunicación, de manera que se puedan aprovechar todos los recursos, que cuenta la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

Lo interesante de realizar Estrategias de Comunicación Organizacional, es por la implementación de propuestas, si se quiere un cambio se deben preparar para ello, con el fin de que se pueda mejorar la comunicación e imagen interna como externa.

Lo que se requiere es evitar la incomunicación que existe entre autoridades, personal administrativo, docentes y alumnado. Así como tratar de minimizar las barreras que existen dentro de la Escuela Ciencias de la Comunicación.

1.2. Antecedentes

Algunos antecedentes de trabajos realizados por estudiantes epeistas, se puede mencionar “Estrategia para Informar y Sensibilizar el proceso de Reforma Curricular de la Escuela de Ciencias de Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala”. Trabajo basado en el Estudio de la Comunicación Organizacional de la Coordinación Académica de la ECC, propuesta realizada por Cándido Joél Bautista Cortez.

También esta la presentación de la “Propuesta de Estrategia de Comunicación para Fortalecer la visibilidad del Departamento y los Programas de estudio de Postgrado de la ECC de la Universidad de San Carlos”. Trabajo realizado con el fin de poder fortalecer la visualización en cuanto a difusión y divulgación de los programas del Departamento de Estudios de Postgrados de la ECC, propuesta por Silvia Alejandra Paniagua Leiva.

De igual manera Leonel Mendoza Sapalú, presenta una “Propuesta de Comunicación para el Fortalecimiento de la Imagen Institucional de la ECC “. Este informe indica lo importante que es proyectar la imagen institucional en la ECC, concluyendo que es débil según informan los egresados y estudiantes de esta unidad académica

Lo más importante es informar y comunicar, y que se destaque la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

1.3. Justificación

Se realizará una Estrategia de comunicación en base a la presentación de propuestas, sugiriendo un cambio para la incomunicación de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

Pudo constatarse que predomina se la incomunicación, entre las autoridades, oficinas de docentes y alumnos. Además hay un mal uso de pilares utilizados vallas, carteleras y puntos estratégicos que serían otra forma de información y hasta para proyecto publicitario.

Existen varias barreras de comunicación, si se desea comunicar un mensaje a un determinado grupo de estudiantes, se debe tomar en cuenta que se pierde una parte importante de los detalles de mismo; por una incorrecta comunicación entre ellas: la desinformación, la falta de respeto, el abuso de autoridad y los rumores.

Como Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala existen fallas en su comunicación entre autoridades y empleados, docentes. Se realizaron en varias tomas fotográficas de la contaminación visual de publicidad, en ambos edificios; los basureros oxidados y sin bolsas. Una pésima presentación y proyección de imagen.

No se cuenta con un espacio físico como un mural informativo con los números de aulas que correspondan a las carreras y semestres que se imparten, en donde informen sobre las oficinas y horarios de los encargados de administración y docentes que imparten sus cursos. No existe esta información física por ningún lado.



1.4 La Institución

Escuela Ciencias de la Comunicación (ECC) ubicada en la Universidad de San Carlos de Guatemala, ciudad Universitaria zona 12. Edificios de M2 y Bienestar Estudiantil.

1.5 Perfil Institucional

La Escuela de Ciencias de la Comunicación tiene una significativa relevancia para el desarrollo histórico de este ámbito disciplinario, tanto en lo nacional como regional.

Dicha institución empezó formalmente sus actividades académicas en agosto de 1952, a pesar de que el Consejo Superior Universitario, máximo organismo de dirección de la Universidad de San Carlos, ya había aprobado la creación de un centro de esa naturaleza cinco años antes en 1947.

En 1975 se realizó la transformación de la Escuela Centroamericana de Periodismo y su nombre fue cambiado por el de Escuela de Ciencias de la Comunicación. A pesar de que siguieron otorgando los mismos títulos, currículo fue modificado sustancialmente y en consecuencia, se incluyeron cursos relacionados con otras ramas de la comunicación. Se implementó el sistema pedagógico de Unidades Integradoras. En 1978 fue sustituida por un sistema mixto.

En 1983 se implementaron, nuevas carreras en la Escuela de Ciencias de la Comunicación, creándose las de Publicista Profesional, Locutor Profesional y Fotógrafo Profesional. Estas carreras requerían de un mínimo de tres años para obtener el título de carrera intermedia.



En 1987: La comisión y los resultados de la investigación anterior fueron conocidos por Comisión Directiva Paritaria. Y se encuentra en el documento denominado “Investigación para establecer eficiencia interna y externa de la Escuela de Ciencias de la Comunicación.

No obstante, en 1996 la administración del director Lic. Carlos Interiano suscribe un polémico convenio de cooperación (que se amplió en 2002); entre la Universidad de San Carlos y la Asociación de Periodistas de Guatemala para que la Escuela impartiera un programa de nivelación para los periodistas en ejercicio.

Se inauguró en 1997, el Plan de Autoformación a Distancia los días sábados en donde se imparte el mismo paquete pedagógico del plan diario. (ECC-USAC, 11, 1992).

De igual forma en 2002 se realizó el análisis de los pensum de los cursos, talleres y demás asignaturas condujo a la decisión de revisar y completar los pre-requisitos de los cursos y asignaturas fundamentados en que todo conocimiento tiene uno anterior que le antecede.

En 2002 entra en vigencia un nuevo pensum que varía solo en cuanto a los pre-requisitos, conociéndose este pensum como “pensum cerrado” en contraste con el anterior “pensum abierto” que permitía cursar materias de distintos semestres sin mayores requerimientos.

Por lo tanto en 2003, la estructura del máximo órgano de dirección de la Escuela, la Comisión Directiva Paritaria, sufrió una transformación gradual, debido a la nueva normativa vigente en la Universidad. Dicha comisión se



transformó en Consejo Directivo de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, estaba conformada en el 2003 por tres docentes y tres estudiantes.

En el 2008 el Consejo Directivo de Escuela de Ciencias de la Comunicación. (Periodo 2008-2012) se conformó de la siguiente manera:

Director

Lic. Gustavo Bracamonte

Secretaría Administrativa

Lic. Axel Santizo

Representantes Docentes

Lic. Julio Moreno

Lic. Fredy Morales

Representantes Estudiantiles

Pub. Milton Lobo

Pub. Adriana Castañeda

Representante de Egresados

Lic. Ramiro Macdonal

En el 2013 el Consejo Directivo de la ECC (Periodo 2012-2016) está conformado de la siguiente manera:

Director

Lic. Julio Moreno Sebastián

Secretaría Administrativa

M.A. Claudia Molina

Representantes Docentes

M.A. Amanda Ballina Talento

Lic. Víctor Carillas Brán

Representantes Estudiantiles

Pub. José Jonathan Girón

Pub. Aníbal De León

Representante de Egresados

Lic. Michael González Bátres



1.6 Delimitación de la Investigación

En la Escuela Ciencias de la Comunicación (ECC) de la Universidad de San Carlos de Guatemala, ubicada en la Ciudad de Guatemala, Campus Central, Ciudad Universitaria zona 12.

El proyecto de investigación se realizará en los edificios de M2 y Bienestar Estudiantil, a Docentes, personal administrativo, autoridades y alumnos de licenciatura inscritos en el 2013. Datos proporcionados por el departamento de Registro y Estadística de la Usac sobre alumnos activos..

1.7 Objetivos Institucionales

1.7.1 General

Formar profesionales de la comunicación, capaces de intervenir humana, técnica y científicamente en el proceso de transformación del país.

1.7.2 Específicos

- Formar profesionales capaces de investigar, analizar e informar sobre diversos hechos sociales para que desarrollen una dinámica y eficiente. En función de la resolución de la problemática nacional.
- Establecer y fomentar la adecuación del estudiante de Ciencias de la Comunicación al medio guatemalteco, proporcionándole los conocimientos teóricos y prácticos, que le permitan la interpretación de los fenómenos socioeconómicos del país y de la función que el profesional de las ciencias de la comunicación desempeña.



-
- Promover la dinámica entre estudiantes y profesores, en los procesos tendientes a formar una conciencia crítica en torno a los problemas del subdesarrollo y proyectar su acción; con miras a incorporar a la mayoría de la población en la búsqueda de soluciones que permitan la transformación de Guatemala.
 - Formar profesionales de la comunicación que asuman objetivamente su papel de comunicadores y enlazadores entre los fenómenos sociales y la opinión pública.

1.8 Misión y Visión Institucional

Toda institución, organización o empresa persigue una Misión y Visión, con un mensaje directo y específico. El interés primordial de la Escuela Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala es el alumnado y su enseñanza. Su misión y visión podrá encontrarse en su página web (<http://www.comunicacionusac.org/index2.htm>).

1.8.1 Misión Institucional

En sus procesos de enseñanza-aprendizaje, utiliza tecnología de punta y ha implementado métodos pedagógicos que contribuyen a disminuir los índices de deserción y repitencia.

Contribuye a promover la democracia, la diversidad cultural y lingüística, así como los derechos humanos a través de sus programas de investigación, docencia y extensión; estos están apoyados por una reestructuración curricular efectiva y permanente, que posibilita el diseño y rediseño curricular para ampliar su oferta académica.



Cuenta con un sistema de enseñanza acreditada y con alta calidad académica acorde a las necesidades de la sociedad guatemalteca, de sus egresados y del desarrollo nacional, que permitiendo que sus profesionales estén debidamente certificados.

Fomenta la investigación mediante un sólido programa de formación y desarrollo metodológico, en el que participan académicos y estudiantes que generan conocimientos para el fortalecimiento de la docencia y de los programas de extensión; así como para implementar nuevas metodologías de enseñanza aprendizaje.

1.8.2 Visión Institucional

Ser la unidad académica de la Universidad de San Carlos de Guatemala, competitiva en el campo de las ciencias de la comunicación a nivel nacional, regional y global, responsable de organizar y dirigir la educación superior con equidad de género, con enfoque intercultural, vinculada y comprometida con el desarrollo científico y humanístico en el campo de su competencia, con una gestión actualizada, dinámica y efectiva que busca la excelencia académica para generar a través del estudio, la investigación.

1.9 Planteamiento del Problema Comunicacional

A raíz de los varios problemas de comunicación que se han observado en la Escuela Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala, existen barreras de comunicación entre los departamentos de administración, docentes, autoridades y alumnos. Por ejemplo la desinformación de dónde están ubicadas las oficinas de docentes y sus horarios de trabajo; así como también la falta de identificación en oficinas o cubículos de los licenciados, la poca información que existe en la página Web.

No es solamente los recursos tecnológicos es suficiente para que haya un vínculo afectuoso, de armonía, sobre todo de comunicación e información.

El escenario compuesto con los departamentos de la ECC aún sigan practicando elementos rudimentarios, simples, por ejemplo memorándum, rótulos, avisos y otros adheridos en puertas o paredes.

Por otra parte las inoportunas intervenciones e interrupciones de actividades hacia los docentes.

Para poder lograr una comunicación directa con los docentes y autoridades hay que localizarlos preguntando por ellos, porque se dificulta la ubicación puntual de sus cubículos u oficinas.

1.10 Público Objetivo

Personal Administrativo, docentes, estudiantes de la licenciatura del plan diario en sus jornadas vespertina y nocturna, de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

Capítulo II

2. Fundamentos Teóricos

Aparecen varios temas importantes los cuales serán guía para implementar la estrategia de comunicación que requiere la Escuela de Ciencias de la Comunicación, de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

2.1 Comunicación

Por los avances tecnológicos, hoy en día el tema de la comunicación es amplia, deben de tomar en cuenta todas las opciones para que el mensaje llegue al receptor, en forma clara y directa. El tema de redes sociales es muy importante actualmente en la sociedad.

La comunicación es un proceso mediante el cual se transmiten informaciones, pensamientos, sentimientos, y cualquier otra cosa que pueda ser transmitida. Existen varias maneras de comunicar como visibles, audibles y con gestos.

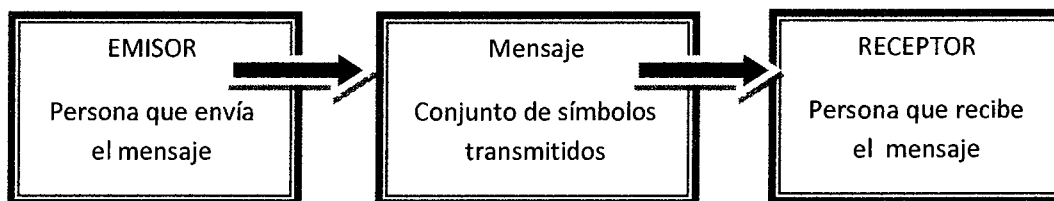
Para Dolan y Martín, (2002:57), define la Comunicación como “Un proceso bilateral de intercambio de información entre al menos dos personas o dos grupos: Emisor el que transmite el mensaje y receptor el que recibe la información, y comprensión porque la información debe tener una significación para el receptor”

Según Myers y Myers, (1982:67), dice que “La comunicación es la fuerza central de enlace que permite la coordinación de personas y por tanto el comportamiento organizado”.

2.2 Elementos del Proceso de la Comunicación

En la comunicación, todos los elementos son importantes y absolutamente imprescindibles. Si cualquiera de ellos faltara, el proceso quedaría incompleto y la comunicación no se realizaría.

Estamos ante una situación comunicativa, cuando este proceso se completa sin problemas, es porque algo se ha transmitido.



Los elementos del proceso de la comunicación son:

2.2.1 Emisor:

Por su parte Interiano (2013:18), dice que "A la parte que transmite el mensaje, se le llama emisor, y a la que lo recibe, receptor. Los papeles de emisor y receptor pueden ser adoptados indistintamente por las personas, dependiendo de las circunstancias.

Cuando se tiene una conversación, son alternadamente emisor y receptor.

El mensaje, el emisor y el receptor son necesarios y básicos para que exista comunicación, pero aún nos falta un elemento más, El código o signos para comunicarnos.



Para que se produzca la comunicación, entonces, es necesario un nuevo elemento, que es el código.

2.2.2 Código

El código establece una correspondencia entre señales distintas, lo que permite codificar y decodificar el mensaje.

Según Interiano (2013:19), define al código como el conjunto estructurado de signos en base a ciertas leyes propias, utilizando para la elaboración de mensajes. Un código es producto de un acuerdo social.

2.2.3 El medio o canales de comunicación

Canal es la vía física por la que se transmite el mensaje, y que impone el tipo de señal.

Los rótulos, letreros, signos de números, es evidente esta situación en la Escuela Ciencias de la Comunicación de la Usac, así como en tantas otras áreas, no hay ninguna participación del lenguaje.

Sin embargo, el mensaje que se da es recibido de todas formas, ya que los receptores (los alumnos y docentes) entienden el código que se está empleando, aunque sea información incompleta.

<http://www.profesorenlinea.cl/castellano/Comunicacion.15/5/2013>.



2.2.4 El Mensaje

Para Rojas (1998:38), el mensaje es “Una información codificada, incluye la información. Pero para recuperar la información de un mensaje es necesario decodificarlo e interpretarlo”. Constituye la unidad que resulta de codificar una determinada información. No se debe confundir información con mensaje.

2.2.5 El Receptor

Es el que capta e interpreta el mensaje y es la persona a quien se dirige la información emitida.

Por su parte Velásquez (1997:8), dice que “Receptor es el encargado de recibir y decodificar (interpretar) el mensaje”.

2.2.6 La Respuesta

Se trata de un conjunto de signos que le permita al emisor transmitir el mensaje, de manera que el receptor pueda entenderlo. Para que se produzca comunicación se necesita que tanto el emisor como el receptor manejen el mismo código.

Según el mensaje, la respuesta será positiva y clara, y si el mensaje no es claro entonces hay que ver en qué se está fallado pues tendremos una respuesta negativa y sin resultados.

<http://www.profesorenlinea.cl/castellano/Comunicacion>. (23/5/2013)

2.2.7 Ruido

En todo proceso de comunicación puede aparecer el ruido. El ruido es todo aquel elemento perturbador, ajeno al emisor y al receptor, que es capaz de entorpecer el proceso de la comunicación alterando el sentido de ésta, y llegado el caso, incluso anularla.

El emisor puede desarrollar en su estructura comunicativa redundancias, elementos innecesarios que aparecen en el lenguaje, con el ánimo de "combatir" al ruido.

2.2.8 Retroalimentación (Feed-Back)

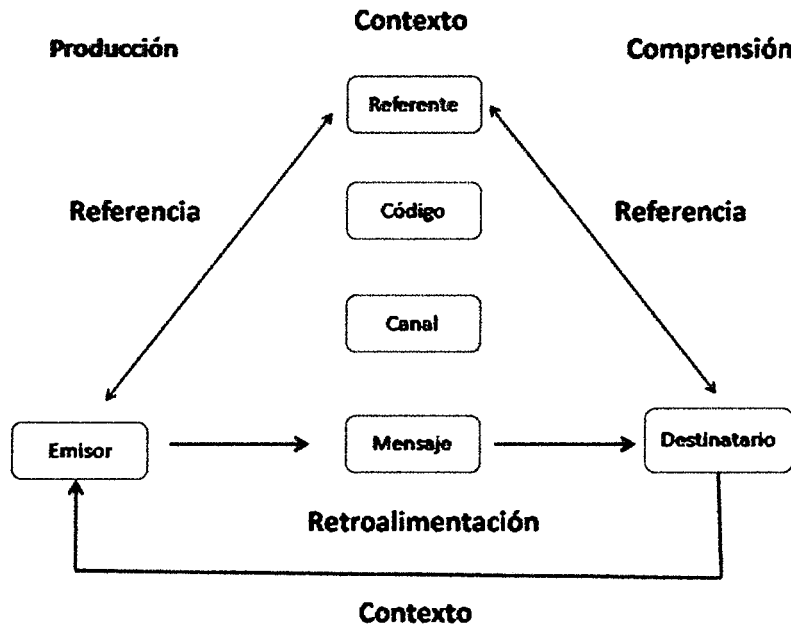
Es el efecto de retorno o la respuesta del mensaje. Podríamos llamarlo "el efecto de la comunicación". En el contexto de nuestro trabajo lo consideramos un elemento de suma importancia, indispensable para conseguir nuestros objetivos de comunicación.

En comunicación existe un axioma vital: el responsable de la comunicación, de que el mensaje llegue claramente, es siempre del emisor.

2.2.9 Contexto

Todo el proceso comunicativo se realiza dentro de un contexto, que podemos definir como el conjunto de factores y circunstancias en las que se produce el mensaje y que deben ser conocidas tanto por el emisor como por el receptor.

<http://www.profesorenlinea.cl/castellano/Comunicacion>. (23/5/2013)



2.3 Funciones de la Comunicación

Tiene cuatro funciones principales dentro de un grupo u organización:

2.3.1 Control

Actúa para controlar el comportamiento de los miembros en varias formas. Las organizaciones tienen jerarquías de autoridad y lineamientos formales que requieren el comportamiento por parte de los empleados. Pero la comunicación informal también controla el comportamiento.

Cuando los grupos del trabajo gastan bromas se están comunicando informalmente con los otros individuos del grupo y así controlan su comportamiento.



2.3.2 Motivación

La comunicación fomenta la motivación al aclarar a los empleados lo que se debe hacer, lo bien que lo hacen etc.

La formación de metas específicas, la retroalimentación sobre el avance hacia las metas y el reforzamiento del comportamiento deseado; estimula a la motivación y es necesaria la comunicación.

2.3.3. Expresión Emocional

La comunicación es fundamental dentro del grupo, así los miembros muestran sus frustraciones y sus sentimientos de satisfacción.

2.3.4 Información

La comunicación proporciona información que los individuos y grupos necesitan para tomar decisiones, así transmiten datos y evalúan opciones alternativas.

2.4 Errores de la Comunicación

Al margen de otros problemas que se puedan producir durante el proceso de comunicación, se pueden cometer dos tipos de errores: el error de conocimiento y el de transmisión.

El error de conocimiento se refiere a las faltas en la formación del emisor, por una preparación inadecuada o incompleta o simplemente, por no estar al tanto de los acontecimientos cotidianos.



El error de transmisión se relaciona con la “intención” de la que se habla previamente, es decir, con la imagen que se está transmitiendo a los interlocutores, y a su vez, ésta lo hace con las conductas del emisor, conductas que se concretan en tres tipos: verbales, no verbales y paraverbales.
<http://www.profesorenlinea.cl> (24 de julio 2013).

2.4.1 Los Componentes Conductuales de la Comunicación

Los componentes conductuales son aquéllos que pueden ser directamente observados por cualquier persona, pese a que ésta no participe para nada en el proceso de comunicación. Se denominan no verbales, paraverbales y verbales.

Su utilización, en todos los casos, se produce a lo largo de un continuo, pudiendo ser empleados desde nada hasta mucho.

2.4.2 Componentes no Verbales

Son aquellos en los que no interviene para nada la palabra, resultando prácticamente inevitable su uso, siempre que la comunicación se produzca de forma presencial.

Los principales elementos conductuales no verbales de la comunicación son: la mirada, la sonrisa, la expresión facial, la orientación, la postura, la distancia, los gestos, la apariencia personal, las auto manipulaciones y los movimientos con manos y piernas.



2.4.3 Componentes Paraverbales

Se refieren a la forma de decir las cosas en lugar del contenido. Son aquéllos cuya utilización no altera las palabras pese a que haga variar el significado.

Este tipo de elementos puede afectar totalmente al significado de lo que se expresa. Por ejemplo, el uso de distinto volumen puede hacer cambiar totalmente el significado del mensaje, pese a que las palabras sean exactamente las mismas.

Los principales elementos paraverbales de la comunicación son: el volumen, el tono, la velocidad del habla, la fluidez verbal, la claridad, el timbre, el tiempo de habla y las pausas y silencios.

2.4.4. Componentes Verbales

El habla es el componente por excelencia de la comunicación, y el que tradicionalmente ha recibido más atención.

Se emplea para una gran variedad de propósitos, tantos como motivos tienen las personas para comunicarse: transmitir ideas, describir sentimientos, argumentar, razonar, debatir, rebatir, etc., dependiendo fundamentalmente de las situaciones en que se produzcan, el papel que la persona en cuestión juegue en esa determinada situación y los objetivos que se pretenda alcanzar.

Los elementos verbales más importantes de la comunicación son: el contenido, el humor, la atención personal, las preguntas y las respuestas a preguntas. (<http://www.profesorenlinea.cl/castellano/Comunicacion.htm>
(24/julio/2013)

2.5 Barreras de la Comunicación

Dentro de las barreras de comunicación, son elementos que afectan negativamente a su eficacia, es decir obstaculizan en mensaje al receptor.

Existen diversas barreras de comunicación que se deben de tomar en cuenta para evitar los aspectos negativos, que interfieren específicamente con la comunicación en la Escuela de Ciencias de la Comunicación.

Todo lo que sea una barrera de comunicación afecta al crecimiento y una buena relación entre emisor y receptor.

En todo lugar de trabajo o estudio, así como en la Escuela de Ciencias de la comunicación de la Universidad de San Carlos, en su actividad comunicativa constante, se enfrentan con barreras comunicacionales.

Según Almazán (1996:89, 92, 93, 94, 95) “Las barreras son todos aquellos obstáculos que impiden que el comportamiento real sea idéntico al comportamiento deseado, pues en la práctica deforman la comunicación”.

Las barreras se dividen según Almazán en:

2.5.1 Barreras Organizacionales

Las barreras organizacionales pueden ser superadas con un correcto sistema de comunicación que implica automáticamente una organización eficaz:

- Canal Inadecuado
- Falta de planificación
- Falta de sistemas y métodos de trabajo
- Falta de estructura formal
- Exceso de informalidad en la estructura
- Exceso de autoridad
- Escasez de responsabilidad
- Desconocimiento de jerarquía
- Falta de control
- Falta de retroalimentación

2.5.2 Barreras Administrativas

- Falta de Estímulos
- Falta de Motivación
- Fraternalismo
- Burocracia
- Demoras en los controles
- Lentitud en el proceso Operacional



2.5.3 Barreras Físicas

- Insuficiencia de los medios apropiados
- Deficiencia en el espacio físico vital
- Instalaciones de trabajo deficiente
- Condiciones de trabajo inadecuadas (ruido, calor, humedad, iluminación, accesibilidad, etc).

2.5.4 Barreras Humanas

- Distinto sentido de respeto hacia los seres humanos
- Distinta escala de valores éticos

2.5.5 Barreras Psicológicas

- Timidez
- Introversión
- Mal carácter
- Personalidad
- Actitudes
- Miedo al jefe
- Desconfianza a quien comunica
- Incomprensión
- Falta de carácter
- Inseguridad en el cargo
- Inconformidad
- Envidia y celos
- Prejuicios

De igual forma Interiano (2003:34,35), mencionan que las barreras también pueden agruparse en Psicológicas, físicas, Fisiológicas y Semánticas:

a) Barreras Psicológicas:

Proviene de las emociones, los valores y los malos hábitos de escuchar. Las emociones actúan como filtros en la comunicación. Se escucha y se ve lo que emocionalmente sintonizamos. La comunicación, entonces, no se puede separar de nuestra personalidad.

b) Barreras Físicas:

Son las fallas o deficiencia en la fuente o canal para la transmisión del mensaje. Ruidos o barreras en el canal, son todas las lagunas de legibilidad por defectos de transmisión.

Ocurren en el ambiente. Ruidos, distancia entre las personas, interferencias físicas de otro tipo. Control ambiental: es modificar las condiciones físicas de modo de predisponer al receptor e influir en sus sentimientos y comportamiento.

c) Barreras Fisiológicas:

Estas se producen por el mal funcionamiento en los órganos de emisión y recepción tanto de comunicadores como de perceptores.

d) Barreras Semánticas:

Relacionadas con el significado. Surgen de la limitación de los símbolos a través de los cuales nos comunicamos. Los símbolos suelen tener más de un significado y debemos elegir uno de ellos. Interpretación de símbolos inferencia basada en nuestras suposiciones y no en hechos.

Con estas barreras de comunicación podrían identificarse cuáles existen dentro de la Escuela de Ciencias de la Comunicación. Hay una variedad que se interrelacionan.

2.6 Tipos de Comunicación

Según Albizúrez (1984: 24,25) la comunicación se puede dar de las maneras siguientes:

- Cerca: Entre dos personas que charlan una junto a otra.
- Distante: La que se establece por medio del teléfono o la radio.
- Unidireccional: Cuando el destinatario no tiene posibilidad de intercambiar mensajes con el destinatario.
- Bidireccional: Cuando entre destinatario y destinatario puede existir un inmediato intercambio de mensajes.
- Interindividual: Cuando el alcance de los mensajes se reduce a un pequeño grupo de personas.
- De difusión masiva: Cuando el mensaje puede alcanzar a gran cantidad de individuos.

2.6.1 Comunicación Alternativa

Según Ultreras (1998:86) nos dice“La comunicación popular, alternativa, es el proceso de interacción que se da dentro de un grupo de seres



humanos, con el propósito de recupera sus significado, de su memoria histórica, de su vida cotidiana y de su experiencia humana de la realidad; para estructurar estos significados como guías de acción vital, con la participación popular y la capacitación para elaborar, controlar, conducir, ejecutar y evaluar su propio proyecto; que dan lugar a diversos niveles, formas y técnicas de la comunicación popular, alternativa y participativa.”

En cambio para Barbero (1980:70) “La comunicación será alternativa en la medida en que asuma la complejidad de esos procesos, si junto al lenguaje del medio se investigan los códigos de percepción y reconocimiento, los dispositivos de enunciación de lo popular, códigos y dispositivos en los que se materializan y expresan confundidos ya la memoria popular y el imaginario del pueblo.”

2.6.2 Comunicación para el Desarrollo

Comunicación para el desarrollo, se define como un proceso estratégico planificado y basado en las pruebas que se emplea para fomentar los cambios sociales y de comportamiento, positivos y mensurables a nivel individual.

Se trata de un proceso que forma parte integral de los programas de desarrollo, la promoción de políticas y las labores humanitarias.

http://www.unicef.org/spanish/cbsc/index_42329.html (27/5/2013)

La comunicación para el desarrollo emplea el diálogo y los mecanismos de consulta con los niños, niñas, familias y comunidades, así como la participación de los mismos.

Se trata de un proceso que da prioridad a los contextos locales y que depende de una combinación de diversos enfoques, canales y herramientas de comunicación.

2.6.3 Comunicación Organizacional

La comunicación organizacional, las relaciones interpersonales, el liderazgo y la cultura organizacional se han convertido en procesos fundamentales para las organizaciones y empresas hasta el punto que una estratégica, administración y planificación de estas dinámicas, ejercen una gran influencia en la optimización de las labores e información interna para un mejor aprovechamiento del talento humano, de la tecnología, de los espacios publicitarios y de los materiales.

Según Marín (1997:103) define la comunicación organizacional como “El proceso por el que los miembros juntan la información pertinente acerca de su organización y de los cambios que ocurren en ella. La comunicación es la proceso por el que estos miembros acostumbran facilitar la realización de actividades coordinadas”.

En cambio para Fernández (1991: 25-26) define comunicación organizacional como “El conjunto total de mensajes que se intercambian entre los integrantes de una organización, y entre ésta y su medio” el autor se refiere a que al flujo de mensajes se pueden dar a través de medios de comunicación como memorandos, boletines o revistas, circulares, circuitos internos de televisión, programas audiovisuales, etc... para llegar a un numeroso público externo.



2.6.3.1 Comunicación organizacional interna

Para Fernández (1991:29:34) dice que es toda actividad de comunicación que se produce en las organizaciones públicas o privadas que permiten las buenas relaciones entre los miembros de cualquier entidad, para lo cual utilizan cualquier medio de comunicación con la finalidad de contribuir al logro de los objetivos de la organización.

Este tipo de comunicación está dirigida a todos los empleados de la organización tales como: mandos altos, mandos medios, empleados y obreros en general.

La comunicación interna es entonces el conjunto de actividades adecuadas por cualquier organización para la creación y mantenimiento de buenas relaciones entre sus miembros.

La comunicación interna 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.



Teniendo en cuenta esta función principal, podríamos afirmar que la comunicación interna permite:

- Construir una identidad de la empresa en un clima de confianza y motivación.
- Profundizar en el conocimiento de la empresa como entidad.
- Romper departamentos estancados respecto a actividades aparentemente independientes, pero que hacen que se bloqueen entre sí.
- Informar individualmente a los empleados.
- Hacer públicos los logros conseguidos por la empresa.

- Permitirle a cada uno expresarse ante la dirección general, y esto cualquiera que sea su posición en la escala jerárquica de la organización.
- Promover una comunicación a todas las escalas.

<http://www.rrppnet.com.ar/comunicacioninterna.htm> 3/7/2013.

2.6.3.2 Comunicación Organizacional Externa

Se entiende la comunicación externa como un proceso que consiste en vehicular información o contenidos informativos desde la empresa u organización empresarial hacia el conjunto de la opinión pública a través de los medios de comunicación social. Y sea cual fuese la tipología que adopte la comunicación externa de la empresa, lo que no debe olvidar es que ésta debe incorporar el “estilo de la firma”, lo que la distingue de cualquier otra.

Pero existen varias tipologías que puede adoptar esta comunicación externa, según sostiene Bartolí, son las siguientes:

a) Comunicación Externa Operativa.

Es aquella que se realiza para el desenvolvimiento diario de la actividad empresarial, se efectúa con todos los públicos externos de la compañía: clientes, proveedores, competidores, administración pública, etc.

b) Comunicación Externa Estratégica

Tiene por finalidad enterarse de los posibles datos de la competencia, la evolución de las variables económicas, los cambios en la legislación laboral, etc., que pueden ser relevantes para la posición competitiva de la empresa.

c) Comunicación Externa de Notoriedad

Su finalidad es mostrar a la empresa como una institución que informa dando a conocer sus productos, mejorar su imagen, etc.

Las formas de darlo a conocer serían mediante la publicidad, promoción, donaciones, patrocinios, etc.

<http://estilosorganizados.es.tl/Importancia-y-funciones-de-la-comunicacion-interna-y-externa.htm>. 8/7/2013.

Para Bartoli (1992:159) Indica que “Sea cual sea la clase de comunicación externa, esta debe incorporar el estilo de la firma, lo que la distingue de cualquier otra; en definitiva, la cultura empresarial y la política de recursos humanos, dando a entender a los interlocutores qué valores son los que sustentan a la organización”.

2.7 La Incomunicación

Según el diccionario Real Academia Española, *Incomunicación* significa “Acción y efecto de incomunicar o incomunicarse”.

Y el concepto de Incomunicar significa: 1. Privar de comunicación a alguien o algo. 2. Aislarse, negarse al trato con otras personas, por temor, melancolía u otra causa. <http://lema.rae.es/drae/?val=incomunicacion> 9/7/2013.

Actualmente los medios de comunicación están tan avanzados tecnológicamente y tienen interrelación con el mundo por el Internet, dicha información de todo tipo y esta comunicación masiva corre inversamente proporcional al desarrollo de la capacidad de comunicación humana.

Sin embargo a raíz de la tecnología hay empresas, instituciones y establecimientos educativos que aprovechan satisfactoriamente esta herramienta, en cambio otras aún trabajan obsoletamente con información impresa, por ende cada vez podemos comunicarnos menos y a la vez los jóvenes de hoy se desarrollan menos.

2.8 Los Rumores

“Estos se suelen considerar como elementos distorcionadores de la comunicación interpersonal o colectiva. Surgen como información divulgada, no verificada o poco fidedigna, y se manifiesta en mensajes que socialmente se toman por ciertos.

Sus consecuencias, dice el escritor Gabriel García Márquez, “los conflictos, los malos entendidos a nivel personal, familiar, laboral saltan a la vista”. Rojas (1985: p.63).

“La expansión del rumor a través de la repetición de un mensaje en cadena suele añadir elementos subjetivos, que agigantan los efectos sociales negativos. Parece que se hace necesaria una toma de conciencia, y la realización de actos de freno y depuración; es decir, discernir entre lo que es o no rumor, no participar en ellos, o comunicar sólo lo que las circunstancias exijan, dentro del criterio de responsabilidad”.

2.9 La Observación

Según Barberá (1999:36), considera a la observación como la manera de captar de un modo descriptivo y contextualizado lo que sucede, en un período de tiempo limitado, en una secuencia didáctica elegida en función de unos criterios establecidos previamente, que son el objeto de la observación.

De igual manera para Sarmiento (1998:75), distingue entre ver y mirar diciendo que esto último para él significa “Visualizar con sentido y significado”, mientras que ver “significa solamente captar una fuente de luz”.

Durante el proceso de observación, se realizó un recorrido por el edificio M2. y el edificio de Bienestar Estudiantil, edificios correspondientes de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Usac, se constató existe la incomunicación, entre las autoridades, oficinas de docentes y alumnos.

No se aprovechan las carteleras y los puntos estratégicos para publicidad, las mantas, etc... serían punto clave de información.

En los edificios M2 y Bienestar Estudiantil es fácil ver que existen varias barreras de comunicación. Es importante que el contexto en el cual se realiza la comunicación, sean importantes para llevar a cabo sus objetivos.

Para comunicar el mensaje a un determinado grupo de estudiantes, se debe tomar en cuenta que se pierde una parte importante de los detalles de mismo, por la desinformación, falta de respeto, abuso de autoridad, rumores.

Denota que en Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala hay incomunicación entre autoridades, empleados, docentes y alumnado.

Se hizo varias tomas fotográficas de la contaminación visual de publicidad, de ambos edificios.

No existe ningún lugar físico como un mural informativo, números que identifican a las oficina, únicamente los semestres que se imparten son los que aparecen, tampoco en donde informen sobre los horarios, ni en donde están los encargados de administración y docentes que imparten sus cursos. No existe esta información física por ningún lado.

2.10 Tipos de Observación

En general, en todo proceso y diseño de investigación, se involucra un proceso de observación, puesto que es a partir de ella, que el experimentador plantea el tema de investigación y obtiene los datos, independientemente de las demás técnicas e instrumentos que utilice.

A continuación se describen los tipos de observación que se encontraron <http://mercaba.org/Rialp/I/introspeccion.htm> (7/6/2013).

2.11.1 Observación Científica

Consiste en la medición y el registro de los hechos observables. Esta actividad se debe realizar de forma objetiva, sin que las opiniones, los sentimientos y las emociones influyan en la labor técnica.

Existen tres pasos o etapas que caracterizan el trabajo de observación científica:

- Se elabora una hipótesis, que intenta explicar el fenómeno estudiado.
- Se realiza una predicción lógica, basada en resultados anteriores o simplemente en los conocimientos específicos, y se suele experimentar a partir de estas ideas.
- Los profesionales se encuentran en condiciones de llegar a una conclusión y, de esta forma, continuar aportando al saber de la humanidad.

La observación también se realiza en el ámbito del arte y consiste en una mirada detallada para apreciar las características de una obra. Al observar una pieza artística con atención, es posible analizar las cualidades visuales y comprender el significado de aquello que el artista quiso expresar.

2.11.2 Observación Subjetiva

Es el método utilizado por el sujeto para investigar o describir el acontecer psicológico propio adscrito a la corriente de la conciencia. Etimológicamente deriva del vocablo latino introspectio, que significa observación interna.

También puede definirse como la observación de las vivencias propias. Su objeto se reduce, pues, a la experiencia psíquica propia.
<http://mercaba.org/Rialp/Introspeccion.htm> (7/6/2013).

2.11.3 Observación Directa.

Es aquella en la cual el investigador puede observar y recoger datos mediante su propia observación. Existen dos variantes de observaciones:

- a) La observación intersubjetiva, basada en el principio de que observaciones repetidas de las mismas respuestas por el mismo observador deben producir los mismos datos

- b) La observación intrasubjetiva, en donde observaciones repetidas de las mismas respuestas por observadores diferentes deben producir los mismos datos.



2.11.4 Observación Indirecta

Es cuando el investigador entra en conocimiento del hecho o fenómeno a través de las observaciones realizadas anteriormente por otra persona, es decir a partir de información secundaria de libros, revistas, informes, grabaciones, fotografías, etc., relacionadas con lo que se está investigando.

2.11.5 Observación Participante

La observación es participante cuando para obtener los datos el investigador se incluye en el grupo, hecho o fenómeno observado, para conseguir la información "desde adentro".

2.11.6 Observación No Participante

En la observación no participante, se recoge la información desde afuera, sin intervenir para nada en el grupo social, hecho o fenómeno investigado.

2.11.7 Observación de Campo

La observación de campo es el recurso principal de la observación descriptiva; se realiza en los lugares donde ocurren los hechos o fenómenos investigados. La investigación social y la investigación en ciencias recurren en gran medida a esta modalidad.

El realizar la observación de campo, requiere contar con una guía de información para recolectar los datos y para investigar los indicadores y relaciones entre las variables.



En el registro de las observaciones se utiliza un diario de campo y cámaras fotográficas o de cine, para complementar con material audiovisual la investigación.

Por otra parte, el investigador debe recordar que la conducta del hombre puede ser modificada por condiciones externas y que debe tratar de ser lo más objetivo posible, así, a su vez la observación puede ser:

2.11.8 Observación Individual

Observación Individual es la que hace una sola persona, sea porque es parte de una investigación igualmente individual, o porque, dentro de un grupo, se le ha encargado para tal fin.

2.11.9 Observación de Equipo

La observación de grupo es la que se realiza por parte de varias personas que integran un equipo de trabajo que efectúa una misma investigación y puede realizarse de varias maneras:

- Cada individuo observa una parte o aspecto de todo.
- Todos observan lo mismo para cotejar luego sus datos (esto permite superar las operaciones subjetivas de cada una).
- Todos asisten, pero algunos realizan otras tareas o aplican otras técnicas.

2.11.10 Observación Experimental o de Laboratorio

La observación de laboratorio se entiende de dos maneras: por un lado, es la que se realiza en lugares pre-establecidos para el efecto tales como los museos, archivos, bibliotecas y laboratorios; por otro lado, también es investigación de laboratorio la que se realiza con grupos

humanos previamente determinados, para observar sus comportamientos y actitudes.

La realización de un experimento, sobre todo con grupos humanos, es bastante difícil y costosa.

2.11.11 Observación No Dirigida

No es sistemática y por lo tanto no se considera científica. Toda observación no dirigida es incompleta en su proceso y debe estar necesariamente acompañada de una observación dirigida.

2.11.12 Observación Dirigida o Estructurada

Esta observación es sistemática y orientada hacia un objeto preciso, esta supone haber hecho anteriormente una elección. Esta elección determina a la vez lo que se debe o no seleccionar (o renunciar) en este tipo de observación.

En una investigación en laboratorio o de campo, el experimentador "observa" fenómenos y registra información.

En una investigación social, el experimentador "observa" comportamientos y registra información utilizando encuestas o entrevistas.

En una investigación de mercados, el experimentador "observa" tendencias, preferencias y necesidades de los consumidores.
http://datateca.unad.edu.co/contenidos/100104/100104_EXE/leccin_16_la_observacin.html (12/6/2013).

Capítulo III

3.1 El Diagnóstico

Según el diccionario de la Real Academia Española, la palabra diagnóstico proviene del griego "Diagnosis", que significa "Conocimiento". En el mundo de las empresas, cuando se habla de diagnóstico se hace referencia a aquellas actividades tendientes a conocer el estado actual de una empresa y los obstáculos que impiden obtener los resultados deseados.

(<http://www.genialconsultora.com.ar/consultoria/diagnosticos/diagnosticos.html>)

(18/6/2013).

Para Prieto (1985:64) señala que "en el diagnóstico se avanza de a poco y muchas veces lo importante no es la cantidad de resultados sino el camino recorrido, porque es precisamente durante el camino cuando la gente comparte actividades, aprende, se comunica, se discute, crea alternativas de solución a problemas presentados sobre la marcha".

3.2 Objetivos del Diagnóstico

Que en base a los resultados de la observación se tomará como antecedentes y fundamentos los problemas que se tienen en la Escuela Ciencias de la Comunicación y tratar de resolverlos.

3.2.1 Objetivo General

Es mejorar la razón que se propone, el problema que se presentó para cambiar y mejorar la idea en base a una propuesta de comunicación.



3.2.2 Objetivos Específicos

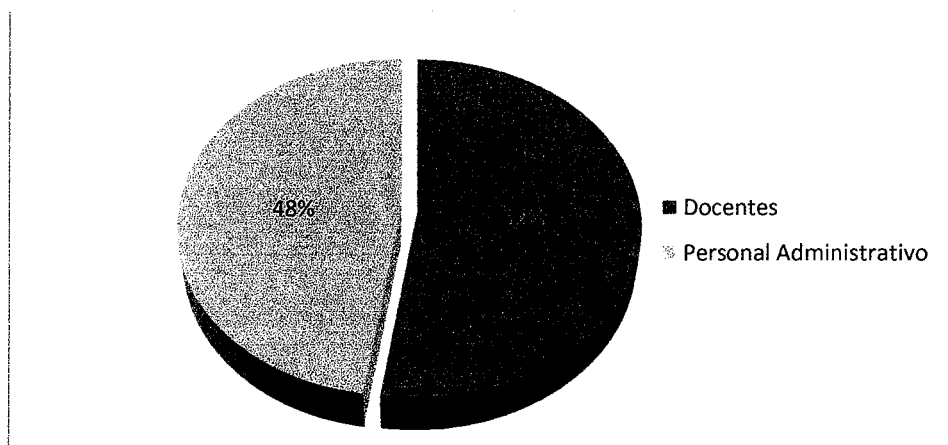
- Resolver parte del problema de la incomunicación en base a la propuesta planteada.
- Orientar con los materiales impresos y redes sociales en la propuesta de comunicación a todas las personas dentro de la Escuela de Ciencias de la Comunicación y el alumnado.

3.4 Diagnóstico Cuantitativo en encuestas a personal administrativo y docentes:

3.4.1 Gráfica 1

(Encuestas de docentes y personal administrativo)

Se entrevistaron a docentes y personal administrativo



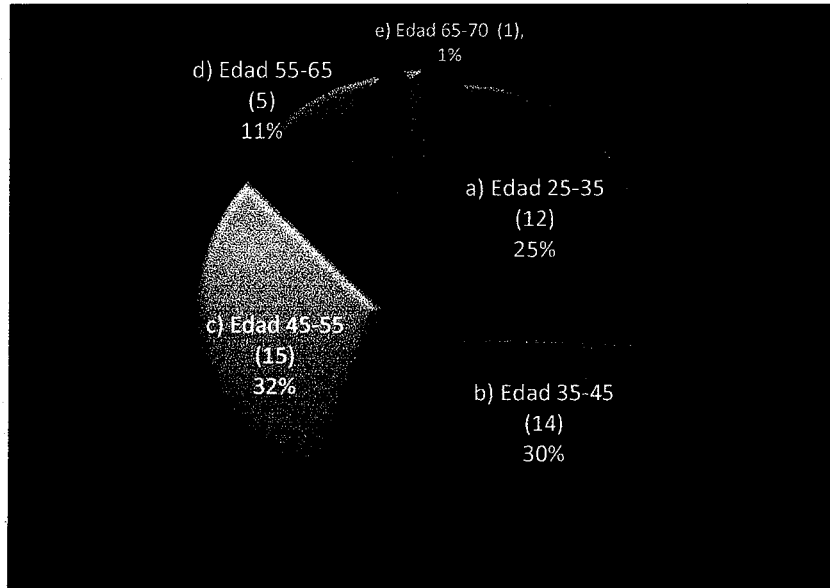
Fuente: Investigación propia.

La muestra fue de 50 entre personal administrativo y docentes.	Representa el 100%
Se entrevistaron 23 docentes	Representaron el 52 %
21 Personal administrativo	Con representación del 48%

En esta pregunta se determinó la cantidad entre docentes y personal administrativo.

3.4.2 Gráfica 2

Las edades comprendidas del personal administrativo y docentes.



Fuente: Investigación propia.

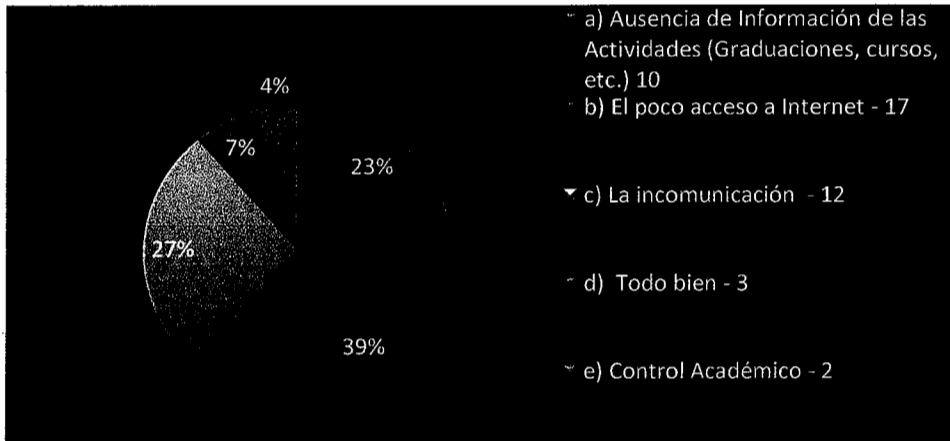
La muestra fue de 50 entre personal administrativo y docentes.	Representa el 100%
Se entrevistaron 12 entre 25 a 35 años	Representaron el 25 %
Y 14 personas están entre los 35-45 años	Con representación del 30%
Así como a 15 entre 45 a 55 años	Representaron el 32 %
Se entrevistaron a 5 entre 55 a 65 años	Con representación del 11%
Y únicamente una persona entre 65 a 70 años	Con representación del 1%

De tal manera que el 32% el personal administrativo y docentes oscila entre los 45 y 55 años.



3.4.3 Gráfica 3

¿Mencione un problema Interno que exista para usted dentro de la E.C.C., entre autoridades, personal administrativo y alumnado por incomunicación?



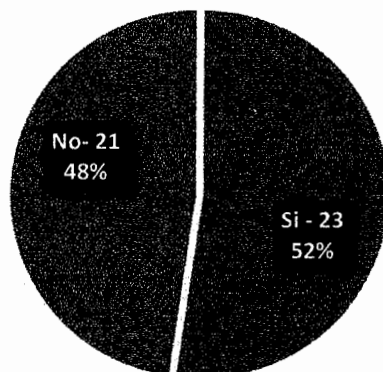
Fuente: Investigación propia.

La muestra fue de 50 entre personal administrativo y docentes.	Representa el 100%
Se entrevistaron 17 personas indicaron no tienen acceso al internet.	Representaron el 39 %
Y 12 creen es la incomunicación.	Con representación del 27%
Así como a 10 personas indican ausencia de información de las actividades que se dan dentro de la ECC	Representaron el 23 %
Y 3 personas opinan que todo marcha bien	Con representación del 7%
Y únicamente 2 informaron que es problema de Control Académico	Con representación del 4%

El 39% no tiene acceso a internet, y no se informan de lo que sucede en la página Web y las redes sociales. Ni pueden utilizar esta fuente de trabajo para el alumnado.

3.4.4 Gráfica 4

¿Sabe usted dónde se encuentra ubicada la oficina de sus compañeros o Docentes?



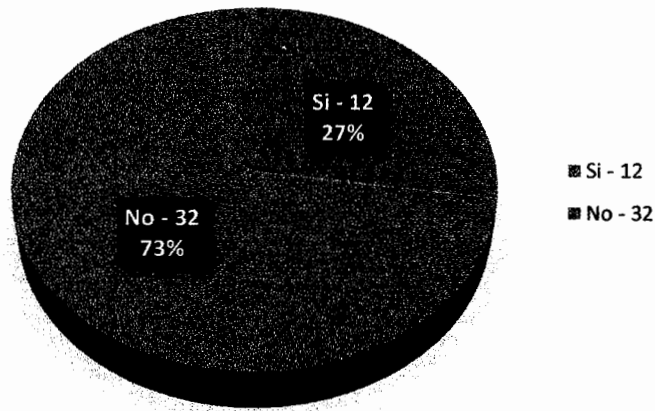
Fuente: Investigación propia.

La muestra fue de 50 entre personal administrativo y docentes.	Representa el 100%
Se entrevistaron 23 y respondieron que sí saben donde encuentran a sus compañeros	Representaron el 52 %
Y 21 no están seguros	Con representación del 48%

El 52% sí saben en donde ubicar a sus compañeros para dar esta información a los mismos alumnos, con la diferencia que lo hacen con señalizaciones.

3.4.5 Gráfica 5

¿Tiene los correos electrónicos o Facebook del personal que labora en la E.C.C. y el de sus compañeros docentes?



Fuente: Investigación propia.

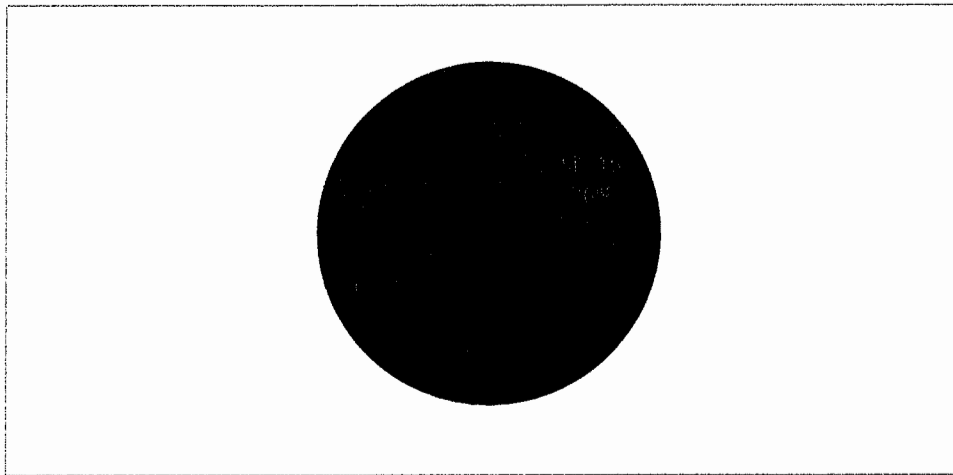
La muestra fue de 50 entre personal administrativo y docentes.	Representa el 100%
Se entrevistaron 12 que sí tienen sus emails y facebook de sus compañeros.	Representaron el 27 %
Y 32 personas no tienen dicha información.	Con representación del 73%

Se determinó que el 73% del personal administrativo y docentes no tienen los emails ni facebook. Por lo tanto ya denota incomunicación con las redes sociales.



3.4.6 Gráfica 6

¿Está usted informado constantemente de lo que se publica en la página Web o Facebook de la ECC?



Fuente: Investigación propia.

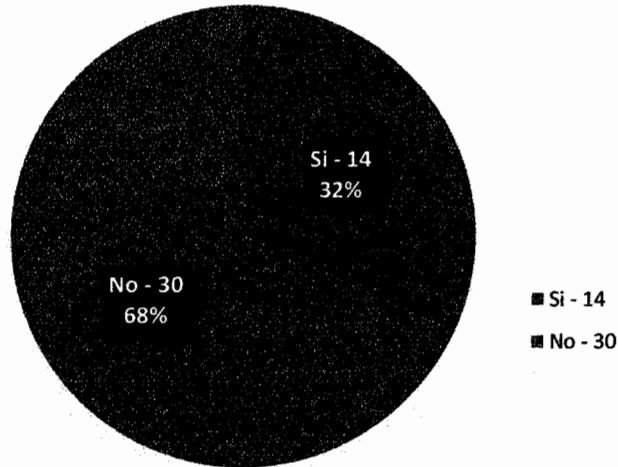
La muestra fue de 50 entre personal administrativo y docentes.	Representa el 100%
16 sí están informados de lo que publican en la Web y Facebook.	Representaron el 36 %
Y 28 no están informados de lo que se publica.	Con representación del 64%

Con un 64% el personal de administración y docentes no están informados con lo que se publica en las redes sociales y la página web.



3.4.7 Gráfica 7

¿Tiene acceso a internet en su oficina de la ECC para cualquier información?



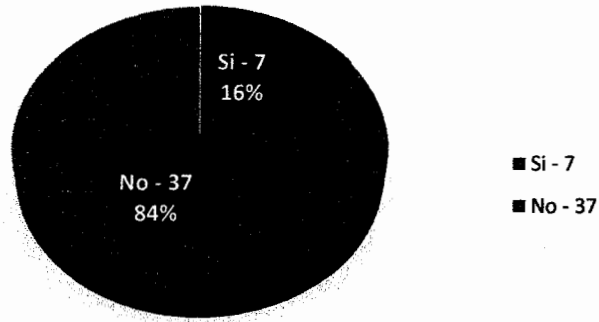
Fuente: Investigación propia.

La muestra fue de 50 entre personal administrativo y docentes.	Representa el 100%
14 personas sí tienen internet.	Representaron el 32 %
Y 30 no tienen acceso	Con representación del 68%

En la actualidad en la Escuela de Ciencias de la Comunicación el 68% del personal administrativo y docentes no tiene acceso al internet. Por lo que se denota la incomunicación con la tecnología.

3.4.8 Gráfica 8

¿Tiene extensión telefónica en su oficina para localizarlo?



Fuente: Investigación propia.

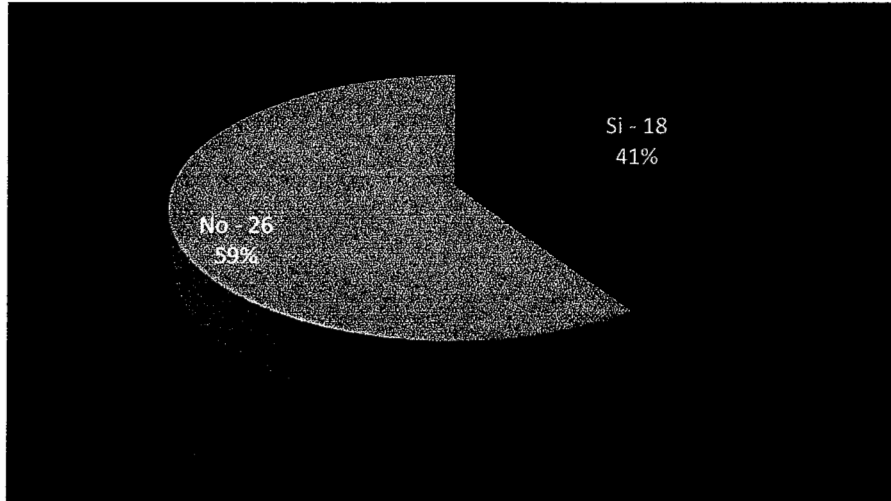
La muestra fue de 50 entre personal administrativo y docentes.	Representa el 100%
7 personas sí cuentan con un acceso telefónico	Representaron el 16 %
Y 37 no cuentan con un acceso telefónico.	Con representación del 84%

La escuela de Ciencias de la Comunicación no cuenta con un 84% con líneas telefónicas para su personal administrativo y docentes. Es otra fuente de incomunicación.



3.4.9 Gráfica 9

¿Tiene los Alumnos su correo electrónico, Fb, Blog o Twitter?



Fuente: Investigación propia.

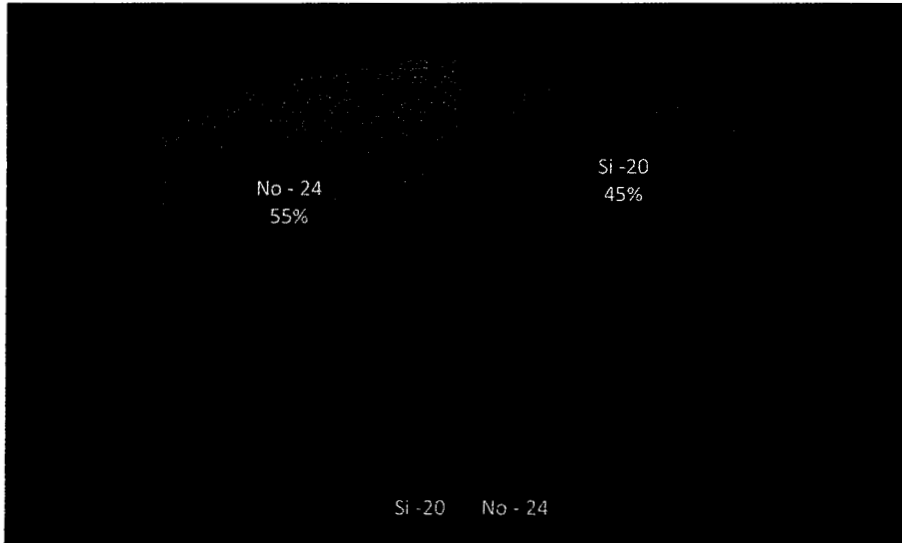
La muestra fue de 50 entre personal administrativo y docentes.	Representa el 100%
18 personas sí proporcionan correo a sus alumnos.	Representaron el 18 %
Y 26 no proporcionan su email, y no dan más información por no tenerla	Con representación del 59%

El personal administrativo y docentes con un 59% no proporcionan email, fb, blog u otros, para una mejor comunicación con el alumnado. Aprovechando esta enriquecedora fuente de comunicación.



3.4.10 Gráfica 10

¿Considera que es fácil localizar su oficina para el alumnado (está bien identificada)?



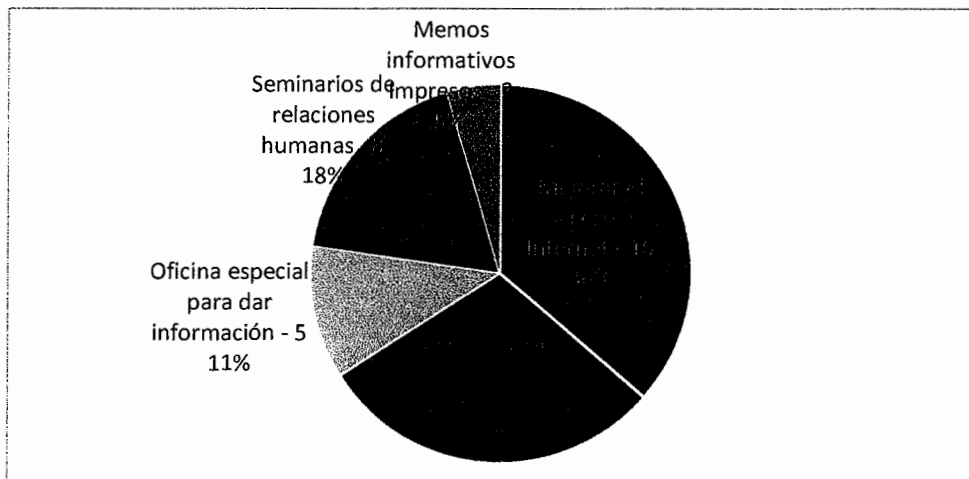
Fuente: Investigación propia.

La muestra fue de 50 entre personal administrativo y docentes.	Representa el 100%
20 personas sí creen que es fácil localizar sus oficinas	Representaron el 45 %
Y 24 docentes saben que no es tan fácil.	Con representación del 59%

El 59% de docentes y personal administrativo, saben que no es fácil localizarlos pues deben de consultar a varias personas sus alumnos para llegar a sus cubículos.

3.4.12 Gráfica 12

¿Si Ud. tuviera que dar una sugerencia para el mejoramiento interno de comunicación entre personal administrativo y autoridades de la E.C.C. que nos diría?



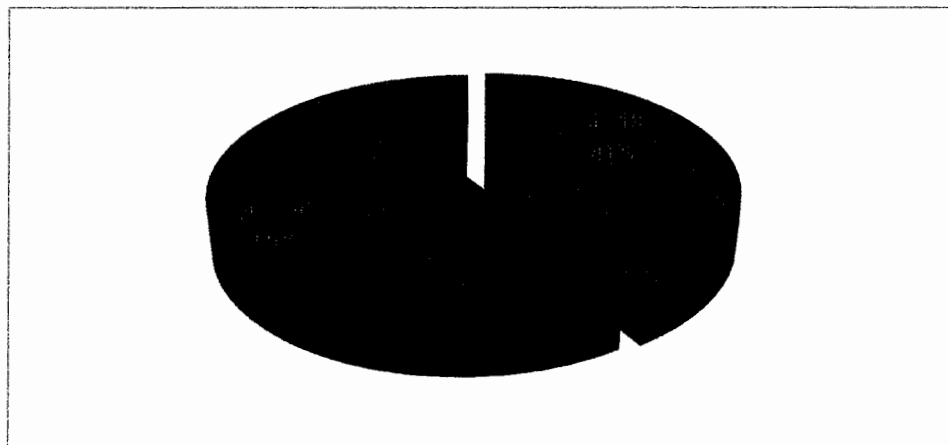
Fuente: Investigación propia.

La muestra fue de 50 entre personal administrativo y docentes.	Representa el 100%
16 personas opinan que hay que mejorar internet.	Representaron el 36 %
Y 13 sugieren que se actualice constantemente la página Web..	Con representación del 30%
5 indican que debería existir una oficina para dar información	Representaron el 11 %
Y 13 sugieren seminarios para relaciones humanas.	Con representación del 8%

El problema mayor esta en la falta de acceso a internet con un 36%.

3.4.13 Gráfica 13

¿Considera que existe buena comunicación entre autoridades con personal administrativo y docentes?



Fuente: Investigación propia.

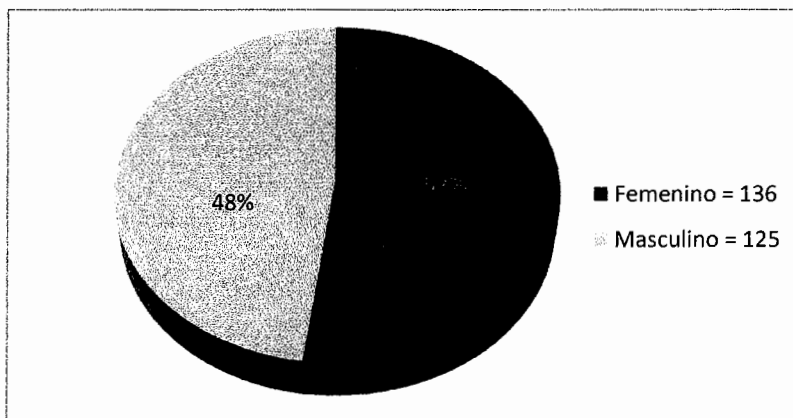
La muestra fue de 50 entre personal administrativo y docentes.	Representa el 100%
18 personas sí creen que existe buena comunicación con las autoridades	Representaron el 41 %
Y 26 dicen que no existe esa buena comunicación.	Con representación del 59%

Por el 59% que dicen que no hay buena comunicación sugieren que se hagan seminarios de relaciones humanas. En la Escuela Ciencias de la Comunicación deben de romperse todo tipo de barreras de comunicación que predominan.

3.5 Diagnóstico Cuantitativo en encuestas para alumnos de licenciatura en plan diario:

3.5.1 Gráfica 1

La presente gráfica muestra el porcentaje sobre la cantidad de alumnos entrevistados, según su sexo.



Fuente:

Investigación propia.

La muestra fue de 261 alumnos	Representa el 100%
Se entrevistaron 136 personas del sexo femenino	Representaron el 52 %
125 Personas de sexo masculino	Con representación del 48%

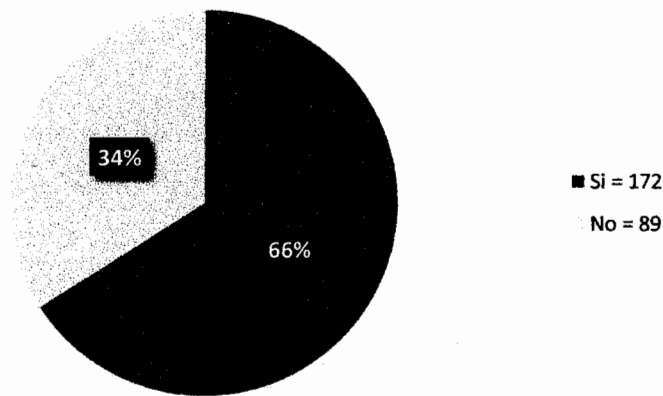
En esta pregunta se determinó la cantidad de alumnos encuestados según su sexo, el 52% fueron mujeres.



3.5.5 Gráfica no.2

De igual forma, la siguiente gráfica nos muestra los datos en relación a la siguiente pregunta:

¿Sabe usted dónde quedan las oficinas o cubículos de los Licenciados que imparten cursos?



Fuente: Investigación propia.

La Muestra fue de 261 alumnos	Representa el 100%
Se entrevistaron 172 alumnos que respondieron que Si	Representaron el 66 %
Y 89 alumnos respondieron que No	Con representación del 33%

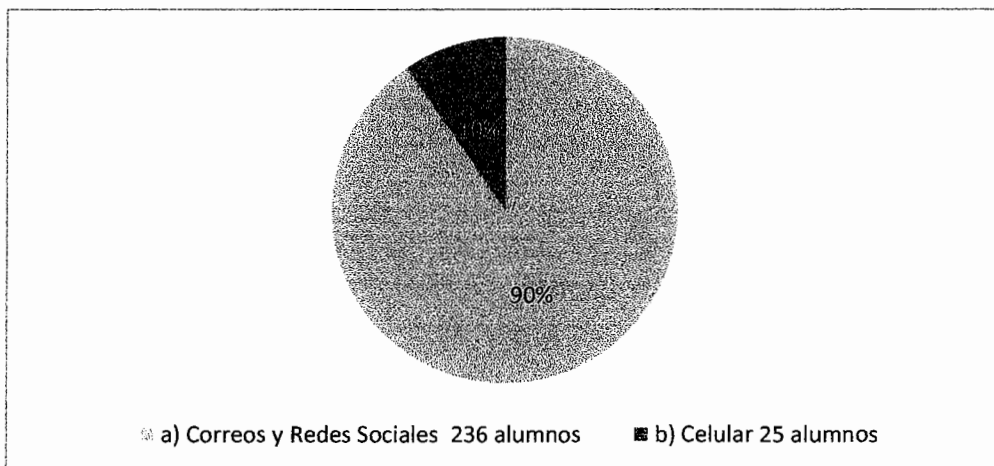
En esta pregunta muestra que a los alumnos por mayoría si saben dónde quedan las oficinas y cubículos de los docentes que les imparten los cursos.

3.5.6 Gráfica 3

La siguiente pregunta se refleja la relación entre alumnos y docentes.

¿De qué forma adicional entabla comunicación con los docentes que le imparten cursos?

Fuente: Investigación propia.

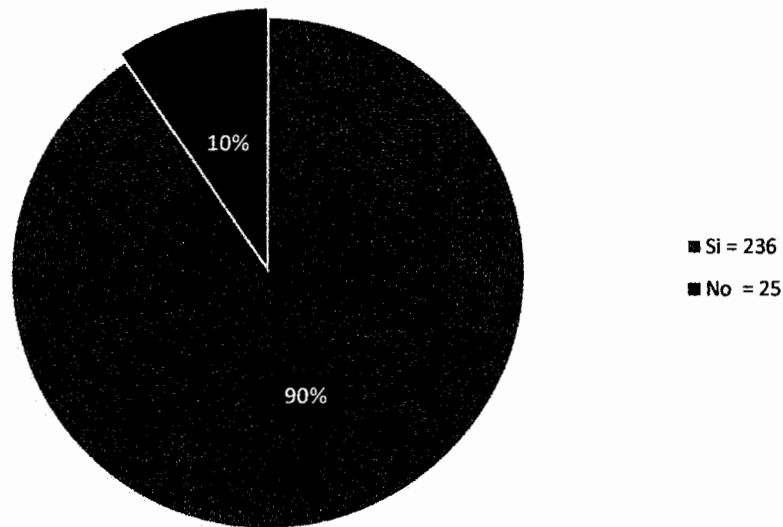


La muestra fue de 261 alumnos	Lo cual representa el 100%
236 alumnos se comunican más por correo electrónico y redes sociales	Los cuales representaron el 90 %
Y 25 alumnos son los que se comunican por Celular	Lo cual representó el 10%

Con las redes sociales se puede estar a la vanguardia con la comunicación y tecnología. Un gran número de alumnos Sí se comunican por estas vías con los docentes.

3.5.7 Gráfica 4

¿Localiza fácilmente el aula que le asignan del curso que inicia en cada semestre?



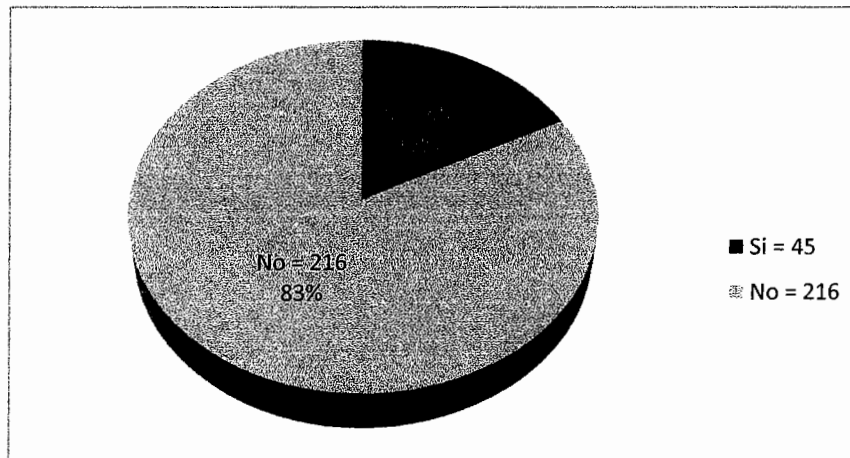
Fuente: Investigación propia.

La muestra fue de 261 alumnos	Lo cual representa el 100%
236 alumnos sí localizan sus aulas	Los cuales representaron el 90 %
25 alumnos no localizan fácilmente sus aulas	Lo cual representó el 10%

En esta pregunta el 90% de los alumnos respondieron que Sí, dado a que en todas las aulas de clase, las paredes están tapizadas con los rótulos identificando que curso se impartirá.

3.5.8 Grafica 5

¿Sabe los horarios en los cuales puede localizar a los docentes de la E.C.C. en sus oficinas?



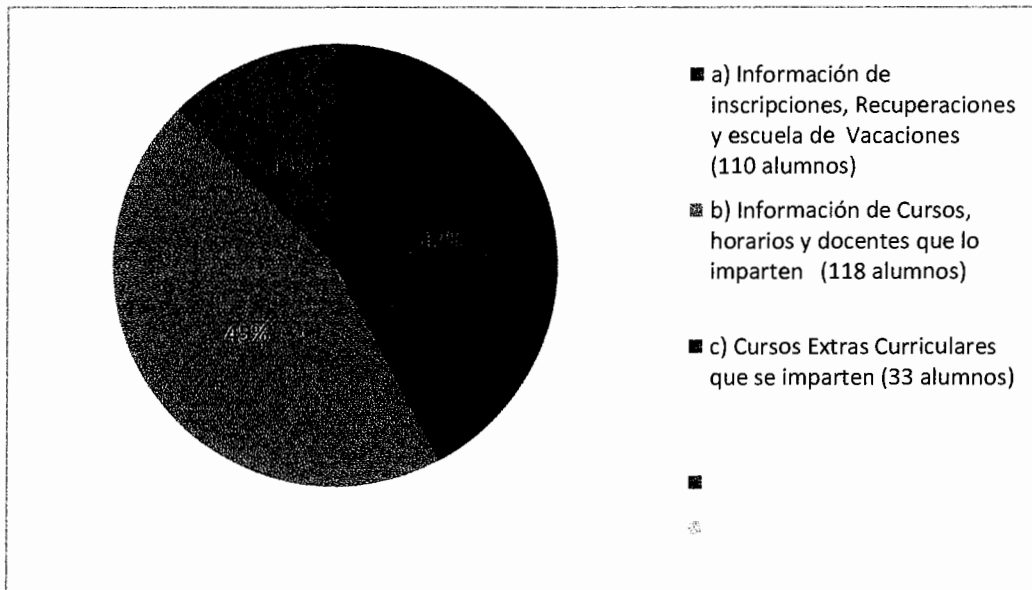
Fuente: Investigación propia.

La muestra fue de 261 alumnos	Lo cual representa el 100%
216 alumnos no saben los horarios de los docentes	Los cuales representaron el 83 %
Y 45 alumnos si saben los horarios de los Licenciados	Lo cual representó el 17%

La mayor parte del alumnado no saben en qué horarios localizar a los docentes. No hay indicadores para ayudar a estar informados.

3.5.9 Gráfica 6

¿Cuándo ingresa a la página Web qué es lo que consulta?



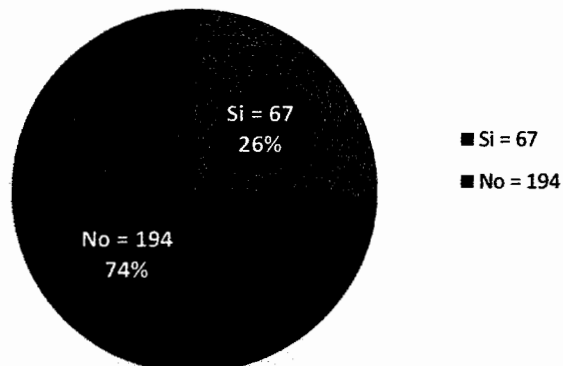
Fuente: Investigación propia.

La Muestra fue de 261 alumnos	Lo cual representa el 100%
Se entrevistaron a 118 alumnos los cuales respondieron que buscan información de inscripciones y escuela de vacaciones.	Los cuales representaron el 45 %
110 alumnos respondieron que buscan información de cursos y horarios.	Lo cual representó el 43%
Y 33 alumnos respondieron que buscan cursos extras curriculares.	Lo cual representó el 13%

La gráfica nos muestra que un porcentaje muy aproximado y alto, que sí consultan la página Web para todo.

3.5.10 Gráfica 7

¿Al entrar a la Escuela de Ciencias de la Comunicación existe algún lugar específico en donde encuentre información general que necesite?



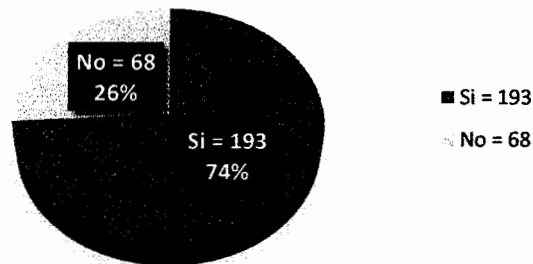
Fuente: Investigación propia.

La muestra fue de 261 alumnos	Lo cual representa el 100%
Se entrevistaron 194 alumnos que respondieron que no encuentran ningún lugar específico que les dé información que necesitan.	Los cuales representaron el 74 %
Y 67 alumnos respondieron que Si encuentran quien les la información que necesitan	Lo cual representó el 26%

La gráfica muestra que el 74% de los alumnos están desinformados, no saben dónde queda determinada oficina o cubículo de los docentes.

3.5.11 Gráfica 8

¿Le ayudan los rótulos puestos en las paredes o puertas que lo ubiquen en el salón del curso que le corresponde?



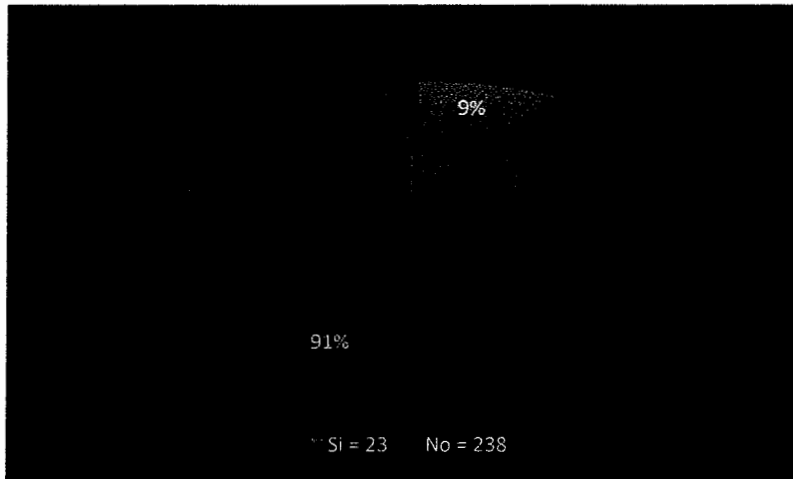
Fuente: Investigación propia.

La muestra fue de 261 alumnos	Lo cual representa el 100%
Se entrevistaron 193 alumnos que respondieron que Si les ayudan los letreros en las puertas y paredes, para ubicar su salón asignado.	Los cuales representaron el 74 %
68 alumnos respondieron que No les ayudan los letreros en las puertas y paredes, para ubicar su salón asignado.	Lo cual representó el 26%

De alguna manera el colocar rótulos en las puertas de las aulas ayuda a los alumnos para ubicar salones.

3.5.12 Gráfica 9

¿Considera que existe una buena comunicación entre Personal Administrativo de la E.C.C. y alumnos?



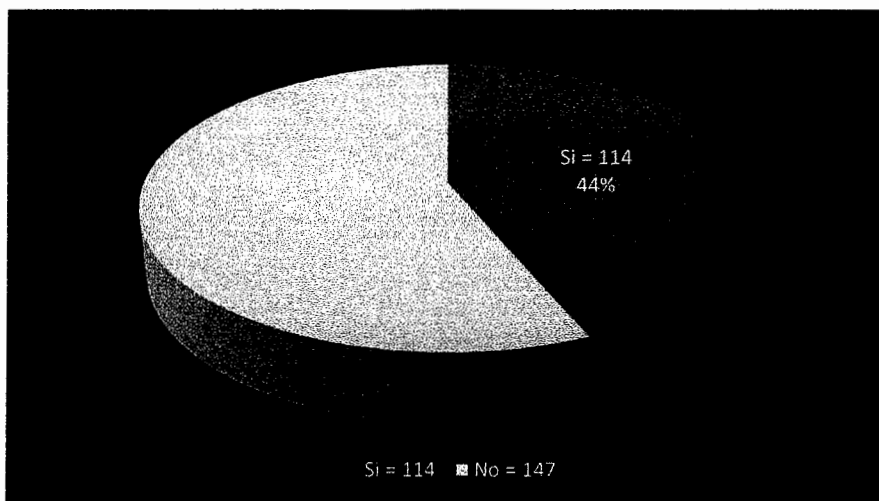
Fuente: Investigación propia.

La muestra fue de 261 alumnos	Lo cual representa el 100%
Se entrevistaron 238 alumnos que respondieron que no existe buena comunicación entre personal administrativo y alumnado.	Los cuales representaron el 91 %
68 alumnos respondieron que Sí existe buena comunicación entre personal administrativo y alumnado.	Lo cual representó el 9%

Según la encuesta muestra que el 91% de alumnos informan que es mala la comunicación de parte de la administración.

3.5.13 Gráfica 10

¿Considera que existe una buena comunicación entre docentes y alumnado?



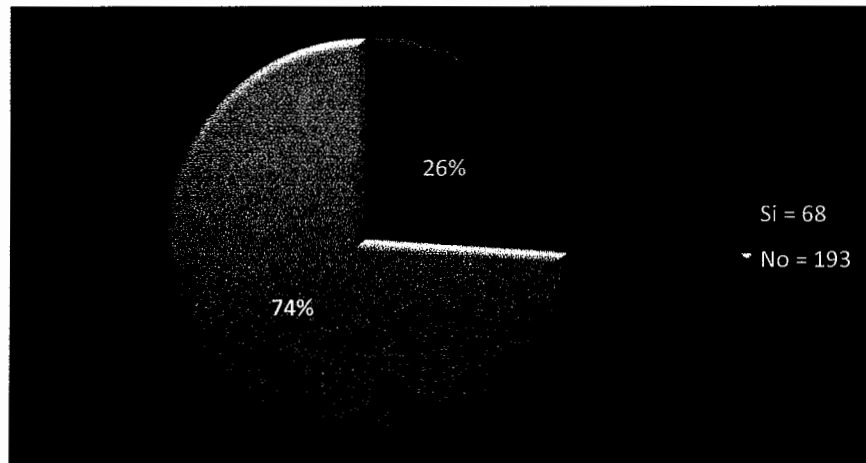
Fuente: Investigación propia.

La Muestra fue de 261 alumnos	Lo cual representa el 100%
Se entrevistaron 114 alumnos que respondieron que no consideran que existe una buena comunicación entre docentes y alumnado	Los cuales representaron el 44 %
147 alumnos respondieron que Si consideran que existe una buena comunicación entre Docentes y alumnado.	Lo cual representó el 56%

Según este resultado la comunicación entre alumnos y docentes, el 56% respondieron que no es buena.

3.5.14 Grafica 11

¿Considera que existe una buena comunicación entre Autoridades y alumnado?



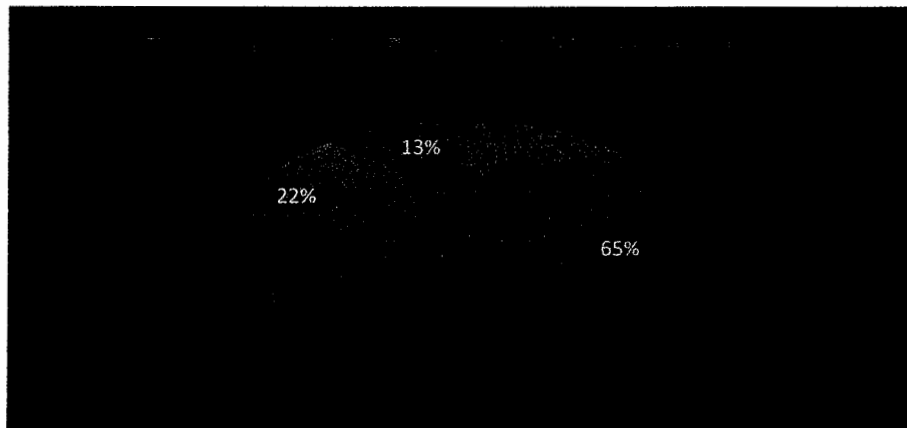
Fuente: Investigación propia.

La Muestra fue de 261 alumnos	Lo cual representa el 100%
Se entrevistaron 193 alumnos que respondieron que no existe una buena comunicación entre autoridades y alumnado.	Los cuales representaron el 74 %
68 alumnos respondieron que Sí existe una buena comunicación entre autoridades y alumnado	Lo cual representó el 26%

Los resultados de ésta gráfica da a conocer que en un 74% es mala comunicación entre autoridades y los Alumnos.

3.5.15 Gráfica 12

¿Qué carrera técnica cerró?



Fuente: Investigación propia.

La Muestra fue de 261 alumnos	Representa el 100%
Se entrevistaron 33 alumnos que respondieron que cerraron la carrera técnica de Locución	Representaron el 13 %
58 alumnos respondieron que cerraron la carrera técnica de Periodista.	Lo cual representó el 22%
170 alumnos respondieron que cerraron la carrera técnica de Publicista.	Lo cual representó el 65%

En esta gráfica se observa el número de los entrevistados por carrera técnica, para tener un cálculo de participación

3.5 FODA

F.O.D.A. (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas).

Es el análisis de variables controlables (las debilidades y fortalezas que son internas de la organización y por lo tanto se puede actuar sobre ellas con mayor facilidad), y de variables no controlables (las oportunidades y amenazas las presenta el contexto y la mayor acción que podemos tomar con respecto a ellas es preverlas y actuar a nuestra conveniencia).

En tal sentido, el FODA se define como una herramienta de análisis estratégico, que permite analizar elementos internos a la empresa y por tanto controlables; tales como fortaleza y debilidades. Además de factores externos a la misma, y por tanto no controlables; tales como oportunidad y amenazas

Fortalezas:	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> . Cuenta con filosofía institucional . Con presencia institucional. . Cuenta con herramienta virtual página Web y redes sociales. . Cuentan con una oficina para su publicidad Agencia. . Cuenta con un buen equipo de profesionales y asesores en comunicación, para desarrollar cualquier proyecto comunicacional. 	<ul style="list-style-type: none"> . Podría mejorar la comunicación interna Con buenas estrategias de comunicación . Mejorar la imagen y el concepto que se tiene en la incomunicación. .Se puede aprovechar mejor las herramientas de comunicación. .Puede extender los servicios a las diferentes unidades de la USAC para apoyo.



Debilidades:	Amenazas.
<p>. No aprovechan de manera adecuada los espacios físicos para proporcionar información.</p> <p>. Las oficinas y cubículos de docentes no cuentan con servicio de internet siendo esto muy importante para la ECC.</p> <p>. Las oficinas no cuentan con líneas telefónicas. Menos con líneas de extensión.</p> <p>. El EPS de licenciatura no tiene un espacio en la página electrónica de la ECC.</p> <p>Teniendo página Web y redes sociales no las aprovechan al máximo</p>	<p>. Podría caer con sistemas ambiguos la ECC, si no se adquieren estrategias de comunicación e información a manera de ser innovadoras.</p> <p>. La falta de iniciativa y visión puede limitar la comunicación y aumentar la desinformación de los alumnos, docentes y personal administrativo.</p> <p>. La falta de presupuesto de la ECC podría reducir la cantidad de estudiantes.</p> <p>. La falta de medios de información para informar.</p> <p>Podría reducir o desorientar a los aspirantes a esta unidad académica</p>



3.6 Árbol del problema comunicacional

Los alumnos, personal administrativo, docentes están desinformados.

Casi nadie está informado y no tienen todos acceso a internet.

Contaminan el ambiente visual y no hay suficiente información.

Existe información sobre la ubicación de las oficinas y los banners de comunicación

Existe mala utilización de recursos con los medios de comunicación

Un mal aprovechamiento de los recursos tecnológicos

Barrera de comunicación visual



3.7

Resultados del Diagnóstico (Matriz con indicadores)

Cuantos alumnos se entrevistaron entre hombres y mujeres			
a) Hombres		125	
b) Mujeres		136	
		SI	No
1.	¿Sabe Ud. dónde quedan las oficinas o cubículos de los Licenciados que imparten cursos?	172	89
2.	¿De qué forma adicional entabla comunicación con los licenciados que le imparten cursos?		
a) Correos y Redes Sociales		236	
b) Celular		25	
3.	¿Localiza fácilmente el aula que le asignan del curso que inicia en cada semestre?	236	25
4.	¿Sabe los horarios en los cuales puede localizar a los Licenciados en la E.C.C. en sus oficinas?	45	216
5.	¿Cuándo entra a la página Web que es lo que consulta?		
a) Información de inscripciones. Recuperaciones y escuela de Vacaciones		110	
b) Información de Cursos, horarios y docentes que lo		118	
c) Cursos Extras Curriculares que se imparten		33	
6.	¿Al entrar a la Escuela de Ciencias de la Comunicación existe algún lugar específico en donde encuentre información general que necesite?	67	194
7.	¿Le ayudan los rótulos puestos en las paredes o puertas que lo ubiquen en el salón del curso que le corresponde?	193	68
8.	¿Considera que existe una buena comunicación entre Personal Administrativo de la E.C.C. y alumnos?	23	238
9.	¿Considera que existe una buena comunicación entre Docentes y alumnado?	114	147
10.	¿Considera que existe una buena comunicación entre Autoridades y alumnado?	68	193
11.	¿Qué carrera técnica Cerró?		
a) Publicistas		170	
b) Periodistas		58	
c) Locutores		33	

Capítulo IV

4.1. Estrategia comunicacional

En base a los resultados obtenidos del diagnóstico realizado en la Escuela de Ciencias de la Comunicación se evidenció que existen barreras en la comunicación, conllevando a la incomunicación de todos los actores involucrados en esta unidad académica, como también en la identificación visual, elemento importante en la imagen de una institución.

Dado a que la problemática es la falta de señalización, de cubículos, ubicaciones exactas de oficinas y existe desconocimiento de donde localizar a los docentes, se planteó un conjunto de materiales para que entrelazados nos lleven a lo solicitado.

Con esta estrategia estarán informados en cómo localizar las oficinas, cubículos y Salones.

Se elaboraron materiales como:

- Un Directorio con identificador de Oficinas y departamentos.
- Números para cada oficina tanto de Bienestar Estudiantil como el edificio M2 de la Escuela Ciencias de la Comunicación (Identificador personal en las oficinas y cubículos de docentes).
- Un croquis de ambos edificios (M2 y Bienestar Estudiantil).
- Una Fan Page para los Epesistas de Licenciatura.

4.2 Objetivos de la Estrategia

- Proporcionar y canalizar la comunicación y localización de oficinas y cubículos de docentes, y departamentos administrativo, tanto para autoridades, alumnado y mismo personal.
- Ubicar con facilidad las Coordinaciones de las carreras técnicas y licenciatura, así como las comisiones de Eps, Tesis y Post grados.
- Orientarlos a todos con el directorio, que visiten la página WEB y Fan Page.
- Evitar las barreras de contaminación visual en la colocación de hojas de papel sobre las puertas de los cubículos de los docentes y las aulas.
- Utilizar las redes sociales para informarse.
- Aprovechar las vitrinas en cada aula y que los docentes coloquen allí información general y notas para el alumnado.

4.2.1 Objetivo General

Crear una estrategia de Comunicación Organizacional en la Escuela Ciencias de la Comunicación, minimizando algunas barreras de comunicación, que incomunican a los docentes, personal administrativo, autoridades y al área estudiantil.

4.2.2 Objetivos Específicos

- Lograr un canal de comunicación directo entre estudiantes, docentes y personal administrativo.
- Evitar barreras visuales en la Escuela de Ciencias de la Comunicación.
- Orientar al público con información con redes sociales y la página web.

4.3 Misión

- Crear un acceso distinto de información en un sólo lugar. Y que para todos sea más factible la localización de sus cubículos y departamentos.

4.4 Visión

- Es proporcionar soluciones y accesos inmediatos dentro de la ECC para que se optimice y aprovechen todos los recursos y se dé una buena comunicación entre docentes, autoridades administrativas y los estudiantes.

4.5 Elementos Comunicacionales a utilizar en su propuesta

En base a los resultados obtenidos del diagnóstico realizado en la Escuela de Ciencias de la Comunicación se evidenció que existen barreras en la comunicación, conllevando a la incomunicación de todos los actores involucrados en esta unidad académica, como también en la identificación visual, elemento importante en la imagen de una institución.

Con esta estrategia estarán informados en cómo localizar las oficinas, cubículos y Salones.

Se elaboraron materiales como:

- Un Directorio con identificador de Oficinas y departamentos.
- Números para cada oficina tanto de Bienestar Estudiantil como el edificio M2 de la Escuela Ciencias de la Comunicación (Identificador personal en las oficinas y cubículos de docentes.
- Un croquis de ambos edificios (M2 y Bienestar Estudiantil).
- Una Fan Page para los Epesistas de Licenciatura

Para la Estrategia de Comunicación se plantean materiales impresos más visuales no verbales, se plantea el directorio para ambos edificios a full color, con colores llamativos y acorde a la Web.

Numeración en las oficinas que se colocarán en la parte superior de las oficinas y cubículos a un color beige en combinación del edificio.

Los identificadores de oficinas en los cubículos para docentes y algunas comisiones, como autoridades en un material de acrílico de 2mm, un croquis de los edificios M2 y Bienestar Estudiantil a full color en la entrada principal y la Fan page de facebook de Eps Licenciatura, así como subir a la Web los archivos en jp's de los directorios y los horarios de clases, así como el mismo directorio.



4.6 Cronograma de estrategia (matriz)

Actividad	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre
Observación							
Esquema Cap.1							
Esquema Cap. 2							
Croquis de los ambos edificios							
Se pasaron encuestas							
Tabulación de los datos							
Esquema Cap. 3							
Conteo de oficinas y cubículos							
Elaboración de bocetos y Artes							
Elaboración de presupuesto							
Reunión con proveedores							
Esquema Cap. 4							
Instalación de materiales							
Informe Final							

4.7 Proyección de gastos a invertir

Descripción	Cantidad	Valor total
Rótulos en Pvc, en un tamaño de 3mm de 56x16 cm full. Estos serán colocados para identificar cada departamento y oficina para ambos edificios.	37	Q. 1,097.79
Se elaboró 87 números en Pvc en un tamaño de 3mm de 16x11cm a full, estos servirán para identificar y numerar cada oficina y cubículo de los docentes.	87	Q. 337.56
Identificadores de oficinas en acrílico en un tamaño de 2mm de 13x30 cm. Este material se colocará en las oficinas de los docentes para identificar sus cubículos y oficinas de cada docente.	45	Q.1,800.00
Con mantas vinílicas de 0.92 x 1.91 serán 2 directorios para ambos edificios, identificando cada números de oficinas y en donde se ubican, algunos departamentos, estos estarán en cada edificio (M2 y Bienestar Estudiantil).	2	Q 226.37
Un Croquis de ambos edificios de cómo están actualmente distribuidas las oficinas y cubículos.	1	Q.67.63
Total		Q. 3,529.35

4.8 Conclusiones

- La Escuela de Ciencias de la Comunicación no cuenta con acceso a internet para todos los docentes y su personal, la señal Wifi es débil para los que llevan sus Laptops.
- No existe una oficina que de información personalizada y motive a una comunicación más efectiva.
- El personal y docentes no están involucrados con la información que hay en la página web y facebook.
- En la actualidad no cuenta la ECC con acceso telefónico para la docencia.
- No se da información de las actividades que se hacen internas dentro de la ECC.
- No realizan reuniones informativas y motivadoras.
- La falta de motivación al personal y docentes, de parte de las autoridades, se ve reflejada en el comportamiento de los mismos, en el momento de dar información algunas veces es mala atención que se le presta a los jóvenes.

4.9 Recomendaciones

- Se recomienda que las autoridades, personal administrativo y docentes que se involucren más con las redes sociales y mantengan información actualizada
- Que creen sus blogs o fb para mantener una mejor información con el alumnado respecto a notas o tareas para evitar colocar papeles en las paredes.
- Conviene que aprovechen las vitrinas colocando en estas su información en lugar de las mismas paredes o puertas.

- Exhortar al alumnado, docentes y personal administrativo revisen que la información del Directorio que está ya en la página Web y Fan Page. Así como en la entrada principal de ambos edificios.
- A las personas encargadas de informar que curso darán en determinada aula utilicen los Vitrinales y páginas web y facebook.
- Indicar a los docentes que se debe de evitar colocar en las puertas papeles con las notas de los alumnos, se recomienda hacer un blog en las redes sociales en donde informen a sus alumnos de dicha información, o utilizar los vitrinales para evitar barreras de contaminación visual.
- Que las autoridades tengan en cuenta que la capacitación y motivación del personal administrativo y los docentes es indispensable para evitar que estos traten mal al estudiantado.
- Que aprovechan el circuito cerrado con el que ya cuentan para informar de alguna manera lo que se coloca en la Web y Fb.
- Se recomienda que se realicen reuniones periódicas con todo el personal y docentes, que se evalúe, constantemente la atención y servicio que se está ofreciendo, con el propósito de poner en práctica su misión y visión y lo que en ella se menciona pues de depende un buen resultado.
- Adquirir una plataforma web diseñada en función de la interrelación entre docentes y alumnos. Y facilitar capacitaciones para la implementación y uso permanente de la misma

Bibliografía

1. Almazán Moscoso Jorge Mario. Comunicación y Desarrollo, Teoría y Ensayo. Editorial Provedora de Impresos, 1996. 175p.
2. Albizúrez Palma, Francisco.. Manual de la Comunicación Lingüística, Guatemala: Editorial Universitaria. 1984.
3. Bartoli, Annie. Comunicación y Organización. Barcelona, España: Ediciones Paidós. 1992.
4. Barberá, Elena. 1999. Evaluación de la enseñanza, evaluación del aprendizaje. Barcelona, España: Edebé. 239p.
5. Barbero, Jesús Martín. Retos de la investigación de comunicación. En América latina, Cali, junio de 1980.
6. Dolan S. y Martín I. Los 10 mandamientos para la dirección de personas, Barcelona ed. Gestión 2000. (2002).
7. Fernández Collado, Carlos. La Comunicación en las Organizaciones. Editorial Trillas, México, 1991. 468p.
8. Interiano, Carlos. Semiología y Comunicación. Editorial Estudiantil Fénix, USAC, Guatemala, C:A: 8ª Edición Mayo 2003.

9. Lucas Marín, Antonio y García Ruiz, Pablo. Sociología de las organizaciones. MC Graw Hill/Interamericana de España, S-A.U. 2003. 441p.
10. Martínez de Velasco Alberto – Abraham Nosnik. Comunicación Organizacional Práctica. 2da edición, Trillas. México 2008.
11. Myers, M y Myers, Gayle. Administración mediante la comunicación. Un enfoque organizacional. México: Ed, Mcgraw-.Hill. 1993.
12. Niño Rojas, Víctor Miguel. Los Procesos de la Comunicación y del lenguaje: Fundamentos y Práctica. Colombia Ed. Ecoe. 1998. 365 p.
13. Prieto Daniel. Diagnóstico de Comunicación. 1ª. Edición, CIESPAL. Quito Ecuador 1985.
14. Sarmiento, P.A. Investigación sobre la enseñanza de la Educación Física. Almería Instituto Andaluz del deporte, 1985. 250p.
15. Velásquez, Carlos Augusto. Comunicación, Semiología del mensaje Oculto. 1997.
16. Merino Ultreras, Jorge. Comunicación popular, alternativa y participatoria. Manual Didáctico de CIESPAL. 1988

e-Grafías

1. www.comunicaciónusac.org
2. <http://www.profesorenlinea.cl/castellano/Comunicacion.htm>
3. <http://www.monografias.com/trabajos86/la-comunicacion-organizacional/la-comunicacion-organizacional.shtml>
4. http://www.unicef.org/spanish/cbsc/index_42329.html
5. http://datateca.unad.edu.co/contenidos/100104/100104_EXE/leccin_16_la_observacin.html
6. <http://lema.rae.es/drae/?val=incomunicacion> (Diccionario de la Lengua Española – Vigésima 2da Edición)
7. <http://estilosorganizados.es.tl/INICIO.htm>

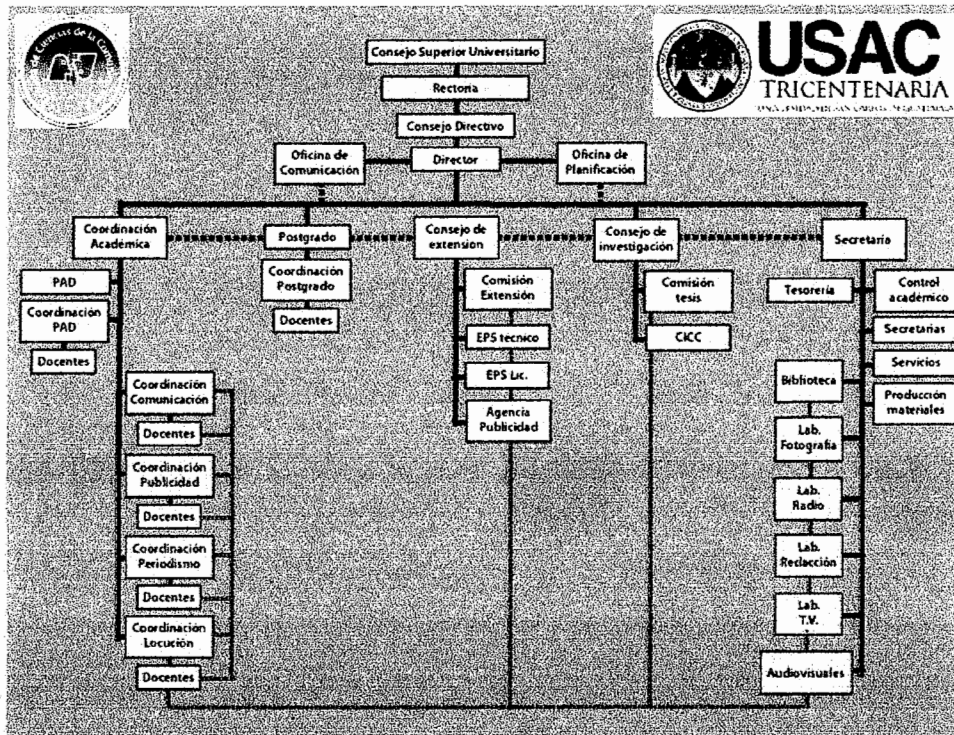


Anexos.

Registro Estadístico del alumnado

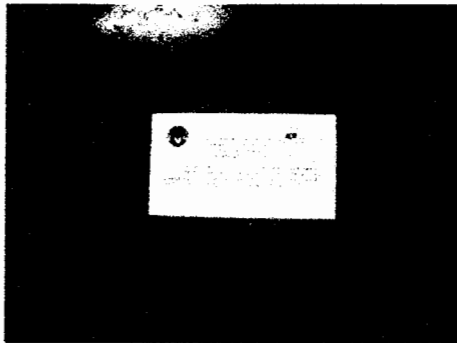
CARRERA	TOTAL		PRIMER INGRESO		REGULARES		P.E.G	
	M	F	M	F	M	F	M	F
TOTAL	2136	2431	125	188	1267	1515	264	331
Plan Diario	1407	1396	125	138	1046	974	236	284
LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION	360	448	0	0	298	356	62	92
LOCUCION PROFESIONAL	141	123	24	19	92	77	25	27
PERIODISMO PROFESIONAL	187	190	23	32	133	127	31	31
PUBLICIDAD PROFESIONAL	719	635	78	87	523	414	118	134
Plan Sabatino	727	1034	71	82	561	791	95	161
LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION	247	387	0	0	219	340	28	47
LOCUCION PROFESIONAL	93	108	21	15	59	78	13	15
PERIODISMO PROFESIONAL	136	203	17	23	105	152	14	28
PUBLICIDAD PROFESIONAL	251	336	33	44	178	221	40	71
Plan a Distancia	2	1	0	0	2	1	0	0
PERIODISMO PROFESIONAL PARA EL DESARROLLO	2	1	0	0	2	1	0	0

Organigrama

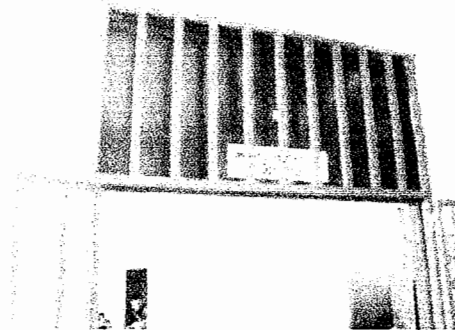




Fotografías de la Observación:



Esta es la manera que identifican las oficinas los docentes sus cubículos u oficinas.



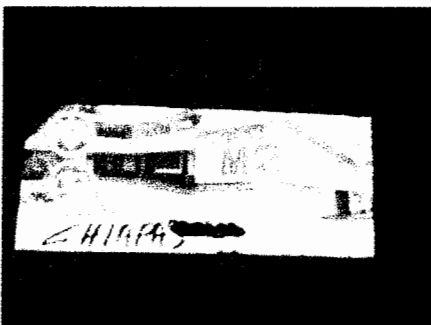
Los rótulos de las oficinas son poco visibles.



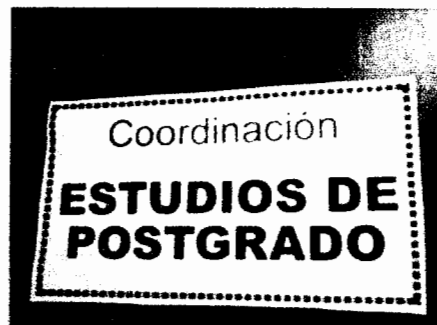
Los rótulos de los salones especiales se desean actualizar.



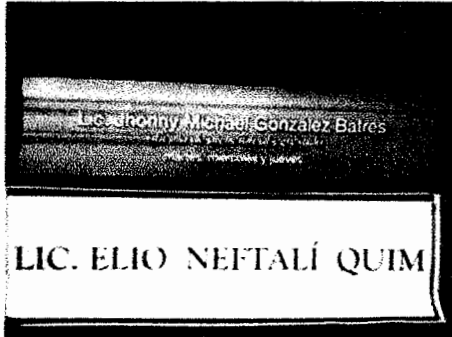
El rótulo de esta coordinación esta pegando en la ventana.



Esta es la manera que identifica el Lic. Chiapas su oficina.



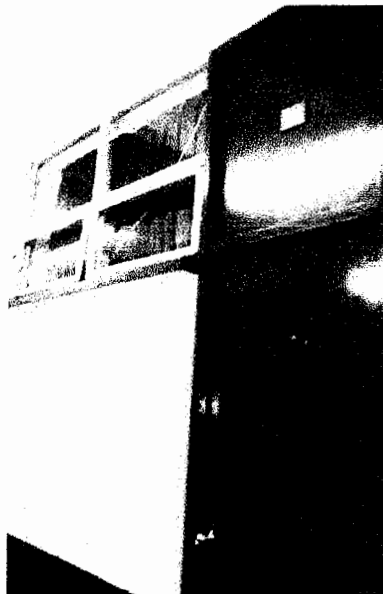
Los rótulos de las Coordinaciones están impresos en computadora y pegados en las puertas.



Esta es la manera que identifican las oficinas los docentes sus cubículos u oficinas.



Esta es la manera que identifican las oficinas.



En esta oficina no tiene ninguna identificación Es de un docente su cubículo.



Chequeando los puntos estratégicos, acá será el croquis.

Chequeando los puntos estratégicos, acá será el Directorio del M2.



Entrevistando a los Jóvenes de Licenciatura.



Entrevistando a los Docentes.

Entrevistando a personal Administrativo.



Entrevistando a personal Administrativo.

Materiales de la propuesta:

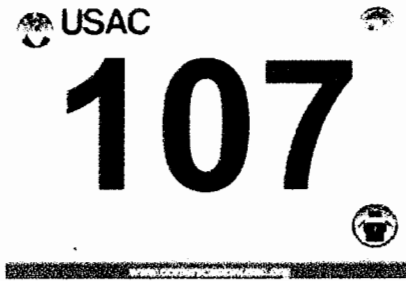
Letreros para cada Oficina, Coordinación y Departamento





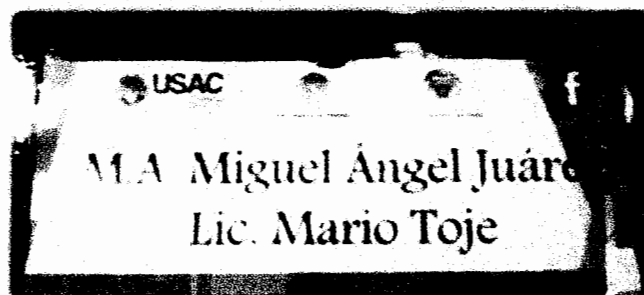
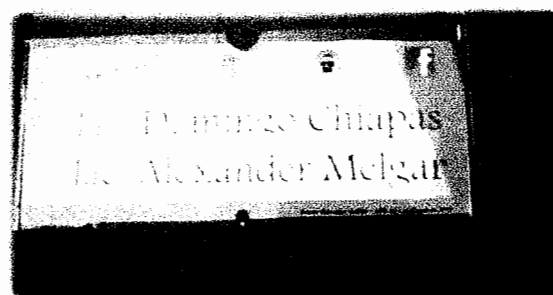
Se sugirieron:

Identificación numérica para cada oficina y cubículo





Identificador de Oficinas:





USAC
TRICENTENARIA
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA



Croquis:



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

EDIFICIO BIENESTAR ESTUDIANTIL



EDIFICIO M2



Evelin Morazan Gaitan - EPS de Licenciatura 2013



Artes de los directorios para los edificios M2 y Bienestar Estudiantil




Directorio Edificio M2

Primer Nivel

115 Salón "Ana María Pedroni"	120 Aula Magna
116 Aula	121 Aula
117 Aula	122 Aula
118 Aula	123 Aula
119 Salón 2 - Examinadores	124 LaGencia Lic. Nery Bach

Segundo Nivel

226 Tesorería	242 M.A. Julio Ochoa
227 Salón 1 - Examinadores	Lic. Hugo Castro
228 Auditoria	243 Licda. Miriam Yucuté
229 Plan Autoformación a Distancia	Dr. Carlos Velásquez
M.A. Amanda Ballina	244 Lic. Ismael Avendaño
230 Control Académico	245 Salón de Docentes
231 Dirección	246 Lic. Hugo Gálvez
Lic. Julio Sebastián Chifín	247 Depto. de Reproducción
Secretaría	248 Lic. Domingo Chiapas
M.A. Claudia Molina	Lic. Alexander Melgar
232 M.A. Amanda Ballina	249 Coordinación Depto. de Publicidad
Lic. Guillermo Ballina	M.A. María del Rosario Estrada
233 Área de Planificación	250 Coordinación Académica
M.A. Juan Alberto González	Msc. Sergio Morataya
M.A. Carolina Rojas	Lic. Antonio Melgar
234 Coordinación de EPS de Licenciatura	251 Coordinación Depto. de Licenciatura
M.A. Julio Ochoa	Licda. Imelda González
235 M.A. César Urizar	252 M.A. Silvia Búcaro
Ing. Sergio Gatica	253 Lic. Hugo Caal
236 Coordinación de Estudios de Postgrado	M.A. Rosa Idalia Aldana
M.A. Aracelly Mérida	254 Lic. César Paiz
237 Depto. de Diseño Gráfico	255 M.A. Walter contreras
Hernán del Valle Jurado	256 Coordinación de Arte y Cultura
238 Comisión de Extensión	Lic. Nery García
Lic. Domingo Chiapas	257 M.A. Elpidio Guillén
239 M.A. Jairo Alarcón	258 Lic. Luis Pedroza
240 Lic. Elio Quim	259 Secretaria de docencia
Lic. Jorge Paz	Rosa María Rodríguez
241 M.A. Miguel Ángel Juárez	260 Togas
Lic. Mario Toje	Robelio Mérida

www.comunicacionusac.org  

Edición Mensaje Galán - EPS 13 septiembre 2013




Directorio Edificio M2

Primer Nivel

115 Salón "Ana María Pedroni"	120 Aula Magna
116 Aula	121 Aula
117 Aula	122 Aula
118 Aula	123 Aula
119 Salón 2 - Examinadores	124 LaGencia Lic. Nery Bach

Segundo Nivel

226 Tesorería	242 M.A. Julio Ochoa Lic. Hugo Castro
227 Salón 1 - Examinadores	243 Licda. Miriam Yucuté Dr. Carlos Velásquez
228 Auditoría	244 Lic. Ismael Avendaño
229 Plan Autoformación a Distancia M.A. Amanda Ballina	245 Salón de Docentes
230 Control Académico	246 Lic. Hugo Gálvez
231 Dirección Lic. Julio Sebastián Chiffín Secretaría M.A. Claudia Molina	247 Depto. de Reproducción
232 M.A. Amanda Ballina Lic. Guillermo Ballina	248 Lic. Domingo Chiapas Lic. Alexander Melgar
233 Área de Planificación M.A. Juan Alberto González M.A. Carolina Rojas	249 Coordinación Depto. de Publicidad M.A. María del Rosario Estrada
234 Coordinación de EPS de Licenciatura M.A. Julio Ochoa	250 Coordinación Académica Msc. Sergio Morataya Lic. Antonio Melgar
235 M.A. César Urizar Ing. Sergio Gatica	251 Coordinación Depto. de Licenciatura Licda. Imelda González
236 Coordinación de Estudios de Postgrado M.A. Aracelly Mérida	252 M.A. Silvia Búcaro
237 Depto. de Diseño Gráfico Hernán del Valle Jurado	253 Lic. Hugo Caal M.A. Rosa Idalia Aldana
238 Comisión de Extensión Lic. Domingo Chiapas	254 Lic. César Paiz
239 M.A. Jairo Alarcón	255 M.A. Walter contreras
240 Lic. Elio Quim Lic. Jorge Paz	256 Coordinación de Arte y Cultura Lic. Nery García
241 M.A. Miguel Ángel Juárez Lic. Mario Toje	257 M.A. Elpidio Guillén
	258 Lic. Luis Pedroza
	259 Secretaria de docencia Rosa María Rodríguez
	260 Togas Robelio Mérida

www.comunicacionusac.org  

Evento: Marzán Cañal - EPS Licenciatura 2015



USAC
TRICENTENARIA
UNA UNIDAD EN SAN CARLOS DE GUATEMALA



Fan Page es EPS Licenciatura ECC USAC:

facebook [search bar] Escuela Morazan Inicio

EPS Licenciatura ECC USAC Biografía Reciente

Panel de administración

EPS Licenciatura ECC USAC

Implementación de la propuesta de comunicación e información de parte de nuestra eps está E. el. Morazan. La octava promoción y primera bajo mi coordinación empieza a dar sus frutos.

EPS Licenciatura ECC USAC

Aprobado nuestro nuevo reglamento. A partir del 2014 el EPS de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación será conocido por las siglas EPSL.

Me gusta · Compartir · Comentar

4 personas le gusta · 1 persona le comenta · 1 persona le comenta · 1 persona le comenta

EPS Licenciatura ECC USAC Será en el procedimiento

Thalia Hidalgo Por no es poco a conocer a estudiante antes de su aprobación??

94 personas le gusta esta publicación

EPS Licenciatura ECC USAC

Buen día lunes para todos y todas

Ver tu anuncio aquí

EPS Licenciatura ECC USAC

Como función principal se dedica a examinar procesos de graduación con un alto perfil académico de...

facebook [search bar] Escuela Morazan Inicio

EPS Licenciatura ECC USAC Biografía 2013

Panel de administración

Brayan Rafael Henocay Polanco EPS Licenciatura ECC USAC

Este bonito recuerdo vale

Registra tus impresiones

TV USAC - La Televisión

Primer Impacto

Siglo 21

+2

Se unió a Facebook

Ver tu anuncio aquí

EPS Licenciatura ECC USAC

Como función principal se dedica a examinar procesos de graduación con un alto perfil académico de...

Luego de haberse colocado los materiales (Antes y después)

El nuevo directorio en el edificio de M2



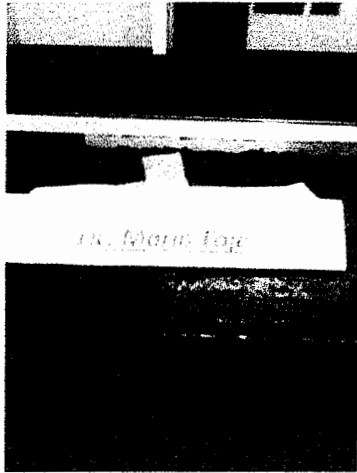
En la entrada principal del edificio M2 hay 2 carteleras, se solicitó Permiso especial para la colocación del nuevo material.

Instalada la manta vinilica y con los datos de los docentes y oficinas del edificio M2, con sus respectivos números de oficina para una mejor localización general.





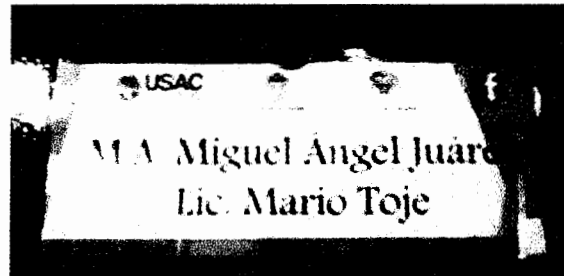
Antes



Esta era la manera que los docentes identificaban sus cubículos.

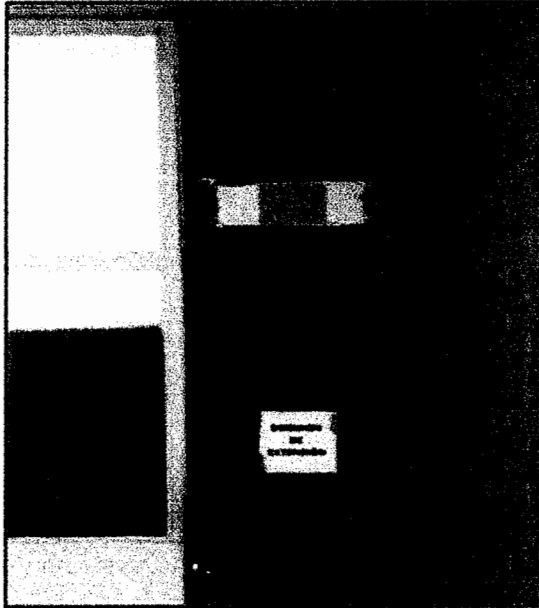
Después

Con el identificador de oficinas y los números, para cada una, es una forma distinta y profesional de ver sus nombres y localizarlos.

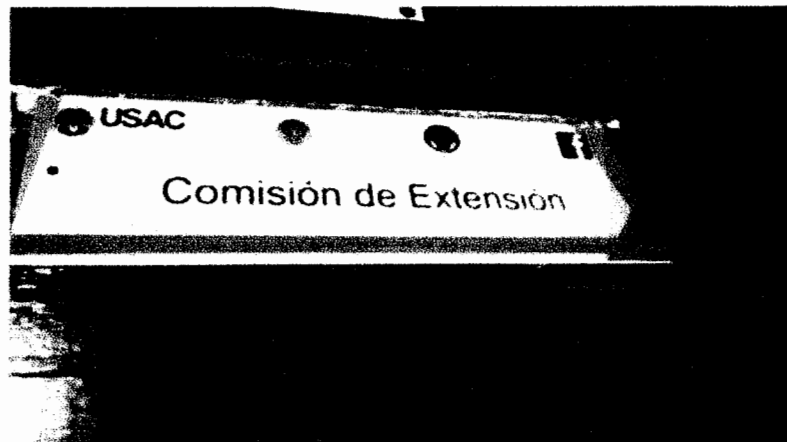




Comisión de Extensión



Hoy esta oficina identificada de una mejor manera





Sexo
Masculino Femenino

Carrera - Licenciatura

1. ¿Sabe Ud. dónde quedan las oficinas o cubículos de los docentes que imparten cursos?
Si No
2. ¿De qué forma adicional entabla comunicación con los docentes que le imparten cursos?
Correo Celular Redes Sociales
Otro _____
3. ¿Localiza fácilmente el aula que le asignan del curso que inicia en cada semestre?
Si No
4. ¿Sabe los horarios en los cuales puede localizar a los Licenciados en la E.C.C. en sus oficinas?
Si No
5. ¿Cuándo ingresa a la página Web que es lo que consulta?
-Información de inscripciones, Recuperaciones y escuela de Vacaciones -Cursos extras curriculares que se Impartirán.
-Información de cursos, horarios y docentes que lo imparten -Otros: _____
6. ¿Al entrar a la Escuela de Ciencias de la Comunicación existe algún lugar específico en donde encuentre información general que necesite?
Si No Que sugiere _____
7. ¿Le ayudan los rótulos puestos en las paredes o puertas que lo ubiquen en el salón del curso que le corresponde?
Si No
8. ¿Considera que existe una buena comunicación entre personal administrativo de la E.C.C. y alumnos?
Si No
9. ¿Considera que existe una buena comunicación entre docentes y alumnado?
Si No
10. ¿Considera que existe una buena comunicación entre autoridades y alumnado?
Si No
11. ¿Qué carrera técnica Cerró?
Publicista Periodismo Locución



Edad 25-35 35-45 45-55 55-65 65-75

Docentes Personal Administrativo Autoridades

1. ¿Mencione un problema interno que exista para usted dentro de la E.C.C., entre autoridades, personal administrativo y alumnado por incomunicación?

--

2. ¿Usted sabe dónde se encuentra ubicada la oficina de sus compañeros o docentes?

Si No

3. ¿Tiene los correos electrónicos o Facebook del personal que labora en la E.C.C. y el de sus compañeros docentes?

Si No

4. ¿Está usted informado constantemente de lo que se publica en la página Web o Facebook de la ECC?

Si No

5. ¿Tiene acceso a internet en su oficina de la ECC para cualquier información?

Si No

6. ¿Tiene extensión telefónica en su oficina para localizarlo?

Si No

7. ¿Tienen los alumnos su correo electrónico, FB, Blog o Twitter?

Si No

8. ¿Considera que es fácil localizar su oficina para el alumnado (está bien identificada)?

Si No

9. ¿Si Ud. tuviera que dar una sugerencia para el mejoramiento interno de comunicación entre personal administrativo y autoridades de la E.C.C. que nos diría?

--

10. ¿Considera que existe una buena comunicación entre autoridades con personal administrativo y docentes?

Si No

Podiums

Impresión Digital

Corte Láser

Displays ó Porta-Banners

Acrílicos

Estructuras Metálicas

Podiums

Forrado de Vehículos

Rótulos Luminosos para Cenefas, Fachadas, Tipo Bandera

Banderolas serigrafiadas

Nomenclaturas

Toldos

Vallas

Limpieza y Mantenimiento de Rótulos Luminosos

Placas

Trabajos en acrílico.

Señalización de edificios y asfáltica



REF. A0040113

Todo en Rótulación
Acrílicos, Impresión Digital, Estructuras Metálicas.
8 av. 10-23 zona 18 Atlántida
Tel. 4058 - 3164
E-MAIL : ampo.soluciones@gmail.com

Empresa: _____ Fecha: 12/08/2013
Contacto: Evelin Morazan de Corado Teléfono: _____
Dirección: _____ Fax.: _____

DATOS DE FACTURACIÓN

Nombre: _____ NIT.: _____
Dirección: _____

Cantidad	Descripción	Unitario	TOTAL
30	Letreros elaborados en pvc de 3mm con dimensiones de 16 x 56 cm con impresión Directa, una cara	Q 32.00	Q 960.00
80	Letreros elaborados en pvc de 3mm con dimensiones de 11 x 16 cm con impresión Directa, una cara	Q 18.00	Q 1,440.00
50	Identificadores de acrílico para puerta tipo sanwith con dimensiones de 13 x 30 cm, cuenta con moutyn type industrial	Q 65.00	Q 3,250.00
2	Lonas vinilicas con impresión digital a full color con dimensiones de 1.00 x 2.00 mts	Q 150.00	Q 300.00
TOTAL			Q 5,950.00

CONDICIONES DE LA NEGOCIACIÓN

Tiempo de entrega a convenir.
Pago debera ser 70% anticipo y 30% contra entrega
Banco Industrial - Cuenta Monetaria - #237-003088-0 - Nombre: Ampo Soluciones.
es necesaria orden de compra obligatoria.

Oscar Martínez
Gte. De Ventas
Cel. 4058-3164

ampo.soluciones@gmail.com
www.ampoguatemala.es.tl

Fecha: _____

Firma de Aceptado

Nombre: _____

Pauta:

Nombre del Cliente: Evelin Morazán de Corado
Dirección: Ciudad,
Contacto:
Proyecto: -
Nombre a Facturar: Evelin Morazán de Corado
Nit a Facturar: CF

Ctd.	Descripción del Producto	Total
2	Lona Front Lite de 13 Oz 1.38x0.90 (2.48 Mts2) Version: Pendiente Refuerzo en los cuatro lados	44.64
1	Lona Front Lite de 13 Oz 1.84x1.84 (3.39 Mts2) Version: Pendiente Refuerzo en los cuatro lados	61.02
30	Sintra de 3 MM 0.56x0.16 (2.70 Mts2) Version: Pendiente corte electronico	141.94
80	Sintra de 3 MM 0.16x0.11 (1.60 Mts2) Version: Pendiente corte electronico	105.40
50	Acrilico 0.30x0.13 (2.00 Mts2) Version: Pendiente corte electronico	129.89
Sub total		USD 482.89
IVA		USD 57.95
Timbre Prensa		USD 2.41
Total Dólares		USD 543.25

Tipo de Cambio: 8.0300

Forma de Facturación: Mensual

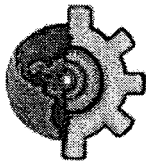
Forma de Pago: Crédito A 30 Días

Precios sujetos a cambios sin previo aviso, cotización valida por 8 dias.

Asesor de Ventas

(F). Autorizado Cliente (Nombre y Sello)

Fernando Chavez



Global Solution

Making things work...

Exhibidores
Rótulos Luminosos
Vallas Publicitarias

Toldos
Carpintería Acrílica
Pintura de Fachadas

Estructuras Metálicas
Mueblería Doméstica
Accesorio Promocional

Guatemala, 05 de septiembre de 2013

USAC - Escuela de Ciencias de la Comunicación
Nit. 255117-9
Presente

A continuación tenemos el gusto de presentar nuestra propuesta económica con precios unitarios para el Proyecto en Escuela de Ciencias de la Comunicación:

Cantidad	Ancho	Alto	Precio Unt.	Total	Producto
45	0.13	0.3	Q 40.00	Q 1,800.00	Acrílicos identificadores de Oficina
87	0.11	0.16	Q 3.88	Q 337.56	No. Impresos en PVC
2	0.92	1.91	Q 113.19	Q 226.37	Manta directorio
				Q 2,363.93	

Forma de pago
Tiempo de Entrega

**60% anticipo sobre el valor total y 40% al entregar
A convenir, al momento de obtener la autorización
con orden de compra y/o anticipo.**

Lugar de Entrega

**En oficinas de Escuela de Ciencias de la
Comunicación dentro del perímetro de la ciudad
capital.**

Observaciones:

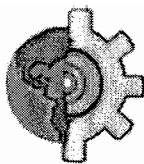
- Validez de la oferta de 15 días calendarios, posterior a esta fecha el valor puede variar sin previo aviso.
- Cualquier cambio en medidas y/o cantidades el precio puede variar.
- El cliente proporciona los artes en CD, USB o DVD o compartidos en Dropbox
- Los artes deben estar elaborados en los programas Freehand, Photoshop, Adobe Illustrator.
- Formato de archivo: PSD, TIFF, EPS, Resolución 100% al tamaño final (mínima 50 dpi y máxima 100 dpi), modo de color: CMYK.

Quedo a la espera de su aprobación y Artes para proceder con la elaboración y entrega.

Sin otro particular,

Marllen López
Asesor Publicitario
Global Solution
Móvil: (502) 5661-2353

Boulevard Principal Casa No. 27 Residenciales Brisas del Valle
Villa Canales, Guatemala C. A.
Teléfono: 5294-3660 / 2450-0649
globalsolution@globalsolution-gt.com
www.globalsolution-gt.com



Global Solution

Making things work...

Exhibidores
Rótulos Luminosos
Vallas Publicitarias

Toldos
Carpintería Acrílica
Pintura de Fachadas

Estructuras Metálicas
Mueblería Doméstica
Accesorio Promocional

Guatemala, 05 de septiembre de 2013

Licenciada
Evelin Morazan de Corado
Escuela de Ciencias de la Comunicación
USAC
Presente

Estimada Licenciada de Corado:

A continuación tenemos el gusto de presentar nuestra propuesta económica con precios unitarios para el Proyecto en Escuela de Ciencias de la Comunicación:

Cantidad	Ancho	Alto	Precio Unt.	Total	Producto
37	0.16	0.56	Q 29.67	Q 1,097.79	Letreros impresos en PVC
2	0.7	1.5	Q 67.63	Q 135.27	manta croquis
				Q 1,233.06	

Forma de pago

60% anticipo sobre el valor total y 40% al entregar

Tiempo de Entrega

A convenir, al momento de obtener la autorización con orden de compra y/o anticipo.

Lugar de Entrega

En oficinas de Escuela de Ciencias de la Comunicación dentro del perímetro de la ciudad capital.

Observaciones:

- Validez de la oferta de 15 días calendarios, posterior a esta fecha el valor puede variar sin previo aviso.
- Cualquier cambio en medidas y/o cantidades el precio puede variar.
- El cliente proporciona los artes en CD, USB o DVD o compartidos en Dropbox
- Los artes deben estar elaborados en los programas Freehand, Photoshop, Adobe Illustrator.
- Formato de archivo: PSD, TIFF, EPS, Resolución 100% al tamaño final (mínima 50 dpi y máxima 100 dpi), modo de color: CMYK.

Quedo a la espera de su aprobación y Artes para proceder con la elaboración y entrega.

Boulevard Principal Casa No. 27 Residenciales Brisas del Valle
Villa Canales, Guatemala C. A.
Teléfono: 5294-3660 / 2450-0649
globalsolution@globalsolution-gt.com
www.globalsolution-gt.com