

**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO (EPS) LICENCIATURA**

**“ALTERNATIVA DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL DE LA DIVISION DE
PUBLICIDAD E INFORMACION DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE
GUATEMALA”**

Informe Final de Ejercicio Profesional Supervisado E.P.S
Presentando al Honorable Consejo Directivo Por:

INGRID MARLENI GARCIA POZ

Previo a optar al título de

Licenciada en Ciencias de la Comunicación

Guatemala, noviembre 2014

**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO (EPS) LICENCIATURA**

**“ALTERNATIVA DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL, DE LA DIVISION
DE PUBLICIDAD E INFORMACION DE LA UNIVERSIDAD DE SAN
CARLOS DE GUATEMALA”**

Informe Final de Ejercicio Profesional Supervisado (EPS) presentando por:

INGRID MARLENI GARCÍA POZ

Previo a optar al Título de
LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Guatemala, noviembre 2014

Director

Licenciado Julio Estuardo Moreno Sebastián Chilin

Secretaria

M.Sc. Claudia Xiomara Molina

Representantes de Docentes

M.A. Amanda Ballina Talento

Lic. Víctor Carillas Brán

Representante de Los Egresados

Lic. Michael González

Representantes Estudiantiles

Pub. José Jonathan Girón

Pub. Aníbal De León

Presidente:

Lic. Luis Pedroza

Examinadoras: Licda. Floralba Pérez de Folgar

Licda. Carmen Sierra

Coordinador EPS

M.Sc. Sergio Morataya



USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala

Guatemala, 30 de Octubre 2014

M.A. Sergio Morataya
Coordinador EPS Licenciatura
Escuela de Ciencias de la Comunicación

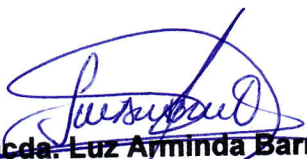
Respetable M.Sc. Morataya:

Deseándole que todas sus labores se estén desarrollando con éxito, me dirijo a usted, con el objetivo de informarle que **INGRID MARLENI GARCÍA POZ**, número de carné: 200114174, estudiante de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala, finalizó el Ejercicio Profesional Supervisado en la DIVISIÓN DE PUBLICIDAD E INFORMACIÓN, DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA; cumpliendo con 300 horas de práctica a partir del 5 de mayo al 15 de julio del año en curso.

Realizando el proyecto de comunicación "ALTERNATIVA DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL DE LA DIVISION DE PUBLICIDAD E INFORMACION DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA".

Sin otro particular me suscribo de usted.

Atentamente,


Licda. Luz Arminda Barrios Orozco

Jefe de la División de Publicidad e Información de la Universidad de San Carlos



CC: archivo.



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

Guatemala, 27 de octubre de 2014

Estudiante
Ingrid Marleni García Poz
Carné **200114174**
Escuela de Ciencias de la Comunicación

De mi consideración:

Por este medio informo a usted, que he revisado el Informe Final del Proyecto de EPS con título: **"Alternativa de Comunicación Institucional en la División de Publicidad e Información de la Universidad San Carlos de Guatemala."**

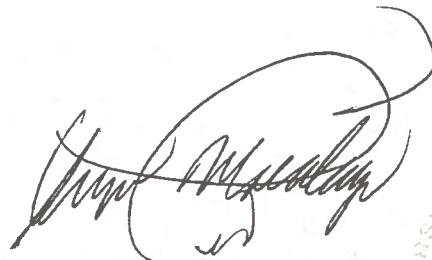
El citado trabajo llena los requisitos de rigor del presente Programa, por lo cual emito DICTAMEN FAVORABLE para los efectos subsiguientes.

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"


Licda. Floralba Pérez Polgar
Supervisora de EPS



Vo. Bo



M.Sc. Sergio Morataya
Coordinador EPS Licenciatura



ACTO QUE DEDICO

A DIOS:

Por darme la vida y fortaleza al cumplir uno de mis sueños, en éste "Año del Reinicio".

A LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

Por permitirme morar en ella durante mi formación académica superior, siendo la fuente de todos mis conocimientos.

A MIS ABUELOS:

Luis y Bernarda, ángeles que Dios utilizó para guiarme, y darme un ejemplo de lucha y fidelidad a Dios

A MIS PADRES:

Pedro y Elba, por sus consejos.

A MI ESPOSO:

Su amor y apoyo.

A MI HIJA KEILA:

Razón de éste triunfo.

A MIS TIOS:

Bernarda, Salomé, Magdalena, Luis, por cuidarme y pasar los momentos mas lindos de mi vida.

A MIS HERMANOS:

Humberto, Libna, Viviana, Eliú, Gabriel, que mi logro sea un ejemplo a seguir en su formación profesional.

A MIS AMIGOS:

En especial a María Castillo, a mis compañeros por compartir momentos especiales e inolvidables, y personas que en algún momento tuvieron una influencia positiva en mi persona.

Resumen

El presente informe contiene la estrategia de comunicación, realizada en la oficina de la División de Publicidad e Información de la Universidad de San Carlos de Guatemala, la cual ésta coordinada por la Licenciada Luz Arminda Barrios, llevándose a cabo durante 300 horas de Ejercicio Profesional Supervisado .

El Proyecto ésta conformada por tres etapas: Diagnóstico Comunicacional, Estrategia y Ejecución. En la primera etapa se utilizaron herramientas cualitativas y cuantitativas que permitieron manifestar el desconocimiento de ésta dependencia a nivel institucional y estudiantil, en base a esto surgió la necesidad de crear una “Alternativa de Comunicación Institucional” con la herramienta de un boletín informativo digital y lograr una constante actualización, ya que son los medios mas utilizados por la población en general.

En la estrategia se trabajaron productos impresos y digitales dando a conocer el acceso al boletín informativo, charlas informativas, diferentes presentaciones a las autoridades de la Universidad San Carlos de Guatemala, facultades, escuelas, centros regionales.

En la División de Publicidad e Información, actualmente ha sido delegada una persona para darle seguimiento a la estrategia ya establecida en ésta dependencia.

INDICE

	Pág.
1. Introducción	1
2. Diagnóstico	2
2.1. Objetivos Generales	2
2.2. Objetivos Especificos	2
2.3. La Institución	3
2.3.1. Antecedentes o historia	3
2.4. Marco Filosófico	4
2.5. Organigrama	5
2.6. Ficha descriptiva de la Institución	6
2.7. Metodología	7
2.7.1. Descripción del Método	7
2.7.2. Instrumentos	8
2.7.3. Cronograma	9
2.8. Recopilación de datos	11
2.8.1. Encuesta	11
2.8.2. Gráficas	14
2.9. Radiografía de la Institución	22
2.9.1. Descripción de la Comunicación Interna	22
2.9.2. De la infraestructura	22
2.9.3. Canales de Comunicación Interna	23
2.9.4. Rumores	23
2.9.5. Descripción de Comunicación Externa	24
2.9.6. POA 2014	24
2.10. Radiografía de la División de Publicidad e Información de la USAC	25
3. Estrategia del Proyecto Comunicacional	26
3.1. Antecedentes	26
3.2. Estudio de Mercado	27

3.3. Objetivos	28
3.3.1. Objetivo General	28
3.3.2. Objetivos Específicos	28
3.4. Público objetivo	29
3.5. El Mensaje	30
3.6. Estrategia	31
3.7. Los planes de comunicación	32
3.8. Evaluación	33
4. Ejecución	34
4.1. Informe Descriptivo	34
5. Conclusiones	37
6. Recomendaciones	38
7. Referencias Bibliográficas	39
7.1. E-grafías	40
8. Anexos	41
8.1. Modelo de la Encuesta	41
8.2. Vaciado de datos	43
8.3. Imágenes de la División de Publicidad e Información	46
8.4. Imágenes del boletín Informativo digital	47
8.5. Bocetos	48
8.6. Dirección del sitio Web del Boletín Informativo	50
8.7. Calendario de actividades	51
8.8. Presupuesto	53
8.9. Imágenes de la actividad “Alternativa de Comunicación Institucional”	54

1. Introducción

Una comunicación efectiva, es aquella que constantemente se actualiza en todos los aspectos que la conforman; provocando en cada ser humano un cambio de actitud a nivel social, cultural, tecnológico. Aplicándolo diariamente a cada circunstancia de la vida.

El presente informe contiene de manera detallada, un “Plan de Comunicación Institucional” el cual fue realizado en las instalaciones de la División Publicidad e Información de la Rectoría de la Universidad de San Carlos de Guatemala, en el desarrollo del Ejercicio Profesional Supervisado (EPS) durante 300 horas.

A si mismo se presentan cada una de las etapas del EPS: diagnóstico, realización de encuestas, grupos focales, observación, utilizando redes sociales, y la planificación de una estrategia comunicacional y su ejecución.

En la ejecución de la estrategia de comunicación se trabajaron diferentes productos , impresos, digitales, con el objetivo de dar a conocer la ésta dependencia, a nivel institucional, estudiantil y público.

2. Diagnostico

2.1. Objetivos Generales

Evaluar el proceso de comunicación e información que desarrolla actualmente la División de Publicidad e Información de la Universidad San Carlos de Guatemala

2.2. Objetivos Específicos

Establecer los diferentes procesos de comunicación que utiliza la División de Publicidad e Información de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

Determinar la funcionalidad de los diferentes medios que se utilizan en la División de Publicidad e Información para llevar a cabo el proceso de comunicación.

Evaluar las fortalezas, oportunidades debilidades y amenazas de los medios comunicacionales que utilizan actualmente en la División de Publicidad e Información.

2.3. La Institución

2.3.1. Antecedentes o historia

La División de Publicidad e Información es la dependencia encargada de mantener una relación estrecha y constante con los medios de comunicación social masivos del país y el extranjero para el mejor logro de sus objetivos.

La División de Publicidad e Información fue creada conforme el Punto TERCERO, Inciso f) del Acta No. 319 del Consejo Superior Universitario, el 6 de marzo de 1951.

La creación de la División de Publicidad e Información como dependencia de la Secretaría General se baso en el criterio que la Universidad de San Carlos de Guatemala necesita una dependencia para atender las tareas de divulgación de sus diferentes actividad, proyectar una imagen de la vida universitaria y, fundamentalmente, crear un vínculo eficaz y permanente entre las autoridades de la Universidad, estudiantes, profesores y pueblo de Guatemala en general.

De esta manera, son tareas de la División de Publicidad e Información la elaboración de comunicados y boletines de prensa, con la información escrita y gráfica sobre las actividades regulares de la Universidad, la preparación de material informativo para prensa impresa, radio y televisión.

La presencia de la Universidad en secciones especiales, entrevistas y crónicas sobre diversos aspectos de la actividad universitaria, etc.

En el segundo sentido la División tiene bajo su responsabilidad la edición del periódico de la USAC, mediante el cual se trata de fortalecer un eficaz medio de comunicación con la comunidad universitaria y los diferentes sectores del país.

También tiene bajo su responsabilidad la elaboración de la Revista de la Universidad de San Carlos de Guatemala. Actualmente se implemento el uso de redes sociales para la divulgación de información a un nivel masivo interno y externo tanto a nivel nacional como internacional.

2.4. Marco Filosófico

MISIÓN

Informar ampliamente a todos los niveles de la Universidad sobre las diferentes actividades que desarrolla la Universidad de San Carlos de Guatemala, estableciendo lazos de coordinación con los estudiantes, profesores y profesionales con el objeto de informarles sobre Leyes, Reglamentos y Estatutos que norman las actividades de la Universidad.

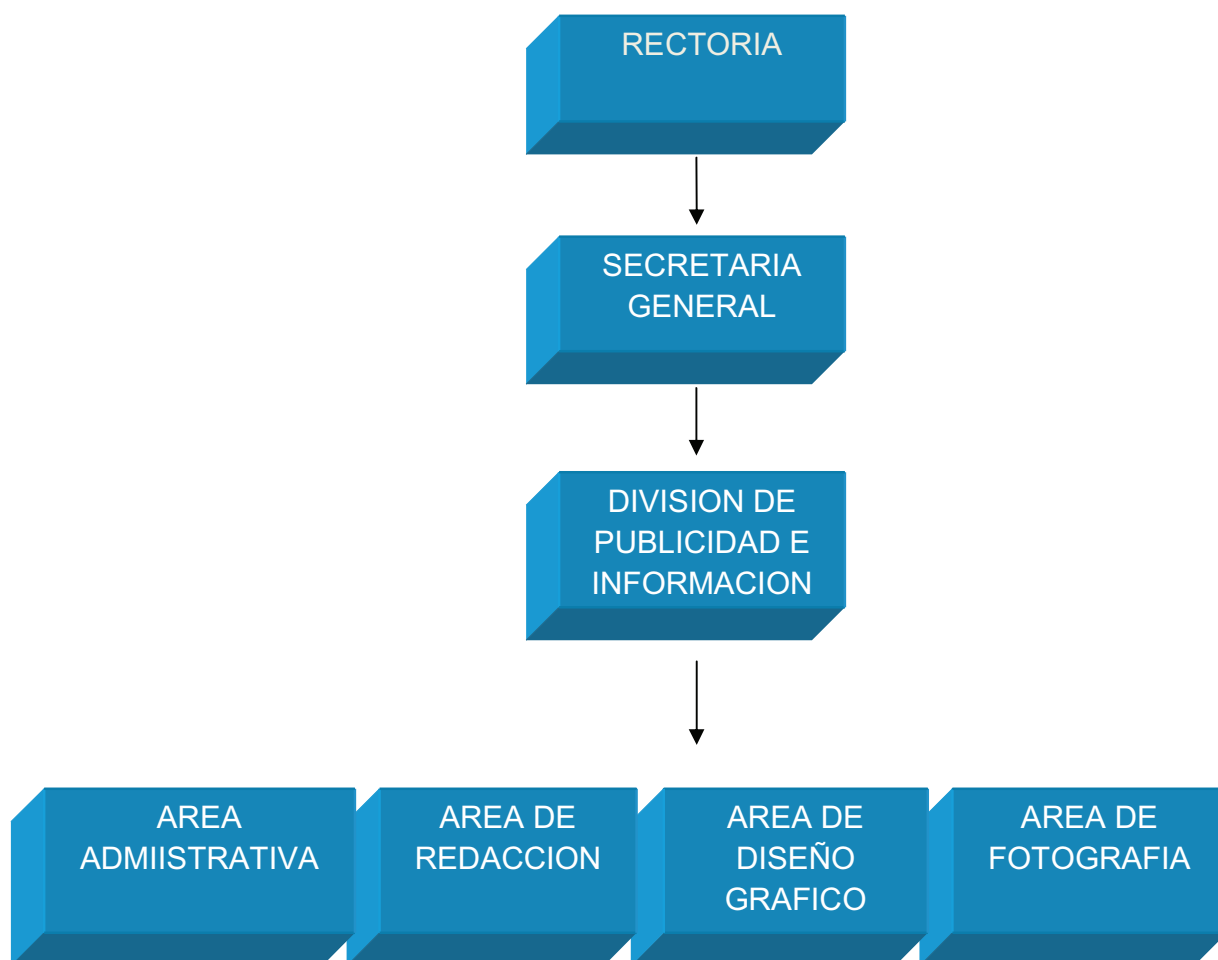
Mantener una imagen positiva de la USAC a través de los diferentes medios de comunicación social, con el objeto de formar en todos los niveles sociales, mentalidad positiva hacia las labores que desarrolla la Universidad.

VISIÓN

Tecnificar las labores de investigación, redacción e información a efecto de lograr a través de los medios de comunicación una mayor cobertura en las actividades de Relaciones Públicas y la colaboración del pueblo de Guatemala en los planes de trabajo trazados por las altas actividades de esta casa de estudios superiores, lo que equivale a mejorar cada día.

2.5 Organigrama

División de Publicidad e Información



2.6. Ficha descriptiva de la Institución

Entre las fortalezas comunicacionales con que cuenta La División de Publicidad e Información están; el Periódico Universidad, Revista de la Universidad de San Carlos de Guatemala y acceso a las diferentes redes sociales.

Se mantiene una constante y efectiva relación con los diferentes medios de comunicación del país.

Se procesa material informativo de las diferentes actividades administrativas y estudiantiles de la Universidad de San Carlos de Guatemala y se da a conocer por medio de los diferentes medios de comunicación informativos al pueblo de Guatemala.

Al personal de la División de Publicidad e Información se le da oportunidad de superación personal en cuanto a talleres, capacitaciones, cursos, etc.

El espacio físico destinado al personal de la División de Publicidad e Información es limitado, no obstante el équido es adecuado a las diversas funciones que se realizan en dicha dependencia.

2.7. Metodología

2.7.1. Descripción del Método

La investigación descriptiva se ocupa de la descripción de datos y característica de una población el objetivo es la adquisición de datos objetivos, precisos y sistemáticos que pueden usarse en promedios, frecuencias, y cálculos estadísticos similares.

Los estudios descriptivos raramente involucran experimentación, ya que están más preocupados en los fenómenos que ocurren naturalmente que con la observación de situaciones controladas.

La investigación tiene como fin describir el funcionamiento comunicacional en la proceso de divulgación de la División de Publicidad e Información de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

La metodología utilizada en ésta primera fase del Diagnostico es la descriptiva, debido a que reúne todos aspectos que se necesitan recopilar para obtener la información necesaria en el desarrollo de la presente investigación.

El enfoque del presente diagnostico reúne aspectos cuantitativos y cualitativos debido a que se recabó y analizó la información obtenida de las encuestas dirigidas al personal administrativo de la Rectoría y a estudiantes de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

El diseño se baso en el resultado obtenido de las descripciones y opiniones de las personas encuestadas. Se describen los diferentes medios de comunicación, que utilizan en la División de Publicidad e Información para transmitir información relevante de la misma, que es el objeto de estudio.

Por medio de la herramienta utilizada para la recopilación de la información se lograron determinar las fortalezas, oportunidades, debilidades del proceso de comunicación existente en la División de Publicidad e Información, y de esta manera llegar a conocer, si la situación actual es adecuada y efectiva, respecto a la metodología comunicacional y mecanismos de divulgación que se deben dar a conocer de la información más destacada de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

2.7.2. Instrumentos

El instrumento utilizado para el presente diagnóstico fue la encuesta, la cual tiene un diseño estructurado con preguntas sencillas de resolver.

Las preguntas empleadas en el cuestionario contienen opciones de respuestas de selección múltiple, lo cual facilita respuestas inmediatas, concretas y claras.

La muestra se sustrajo del personal administrativo de la Rectoría y estudiantes de la Universidad San Carlos de Guatemala.

2.7.3. Cronograma

FEBRERO 2014

SEMANA DEL LUNES 3 AL VIERNES 7

LUNES 3	MARTES 4	MIÉRCOLES 5	JUEVES 6	VIERNES 7
Acercamiento con las autoridades de la División de Publicidad e Información	Acercamiento con el personal de la División de Publicidad e Información	Observación de las diferentes actividades que se realizan en las instalaciones.	Observación de las diferentes actividades que se realizan en las instalaciones.	Observación de las diferentes actividades que se realizan en las instalaciones.

SEMANA DEL LUNES 10 AL VIERNES 14

LUNES 10	MARTES 11	MIÉRCOLES 12	JUEVES 13	VIERNES 14
Redacción de preguntas para la encuesta	Levantado, impresión y reproducción de encuesta			

SEMANA DEL LUNES 17 AL VIERNES 21

LUNES 17	MARTES 18	MIERCOLES 19	JUEVES 20	VIERNES 21
Encuestar al personal administrativo y estudiantil	Tabulación de resultados y elaboración de gráficas.	Redacción e interpretación de resultados	Redacción del diagnóstico	Redacción del diagnóstico

SEMANA DEL LUNES 24 AL VIERNES 28

LUNES 24	MARTES 25	MIERCOLES 26	JUEVES 27	VIERNES 28
Redacción del diagnóstico	Redacción del diagnóstico	Revisión y corrección del informe del diagnóstico	Revisión y corrección del informe del diagnóstico	Impresión final del diagnóstico

2.8. Recopilación de datos

2.8.1. Encuesta

UNIVERSIDAD SAN CARLOS DE GUATEMALA
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
EXAMEN PRÁCTICO SUPERVISADO EPS
COORDINADOR: Ms. SERGIO MORATAYA

ENCUESTA

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

a.	Redes Sociales	
b.	Televisivo	
c.	Radial	
d.	Periódico	
e.	Otros	
f.	Ninguno	

2. ¿Qué medio de comunicación utiliza regularmente para informarse de las diferentes actividades de la USAC?

a.	Redes Sociales	
b.	Página Web	
c.	Televisivo	
d.	Periódico	
e.	Radial	
f.	Por amigos	
g.	Varios de los anteriores	
h.	No uso ninguno	

3. ¿Conoce la División de Publicidad e Información de la Rectoría?

a.	SI	
b.	NO	

4. ¿A través de que medio de comunicación se informa con respecto al que hacer de la División de Publicidad e Información?

a.	Redes Sociales	
b.	Periódico	
c.	Afiches	
d.	Correo electrónico	
e.	Ninguno	
f.	No existe medio	
g.	Ignoro el medio	
h.	División desconocida	

5. ¿Utiliza Facebook para informarse de las noticias de la USAC?

a.	SI	
b.	NO	

6. ¿Cuál fue el último ejemplar del Periódico Universidad al que tuvo acceso?

a.	Del 2014 (No. 234)	
b.	Del 2013	
c.	Del 2012	
d.	No recuerdo	
e.	Ninguno	
f.	No se si existe	

7. ¿Cuál fue el último ejemplar de la Revista Universidad de San Carlos de Guatemala al que tuvo acceso?

a.	Del 2013 (No. 27)	
b.	Del 2012 (No. 23, 24, 25, 26)	
c.	No recuerdo	
e.	Nunca he tenido acceso	

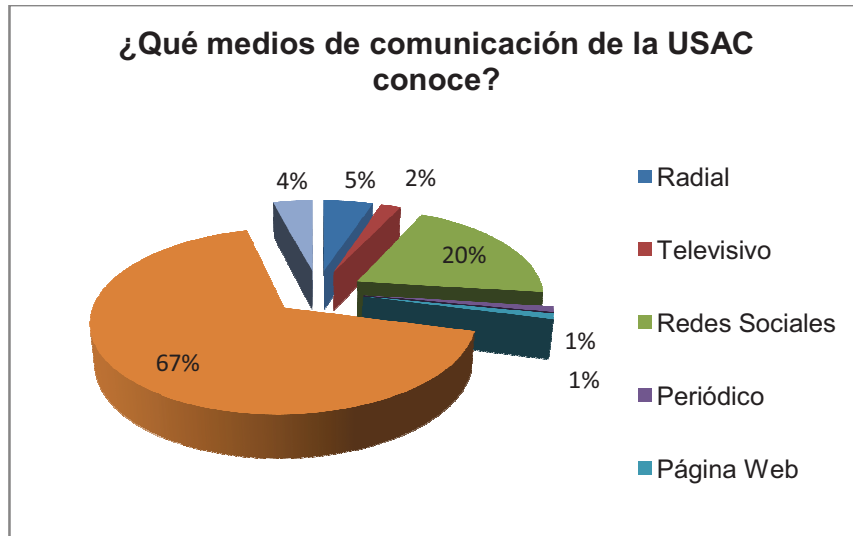
8. ¿Cuáles son los dos medios de su preferencia para informarse de las diferentes actividades de la USAC?

a.	Redes Sociales	
b.	Periódicos	
c.	Folletos informativos	
d.	Revistas	
e.	Página Web	
f.	Radio	
g.	Otros	
h.	Ignoro si hay otros medios	

2.8.2. Gráficas, cuadros e interpretaciones del resultado de las encuestas

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

Gráfica No.1



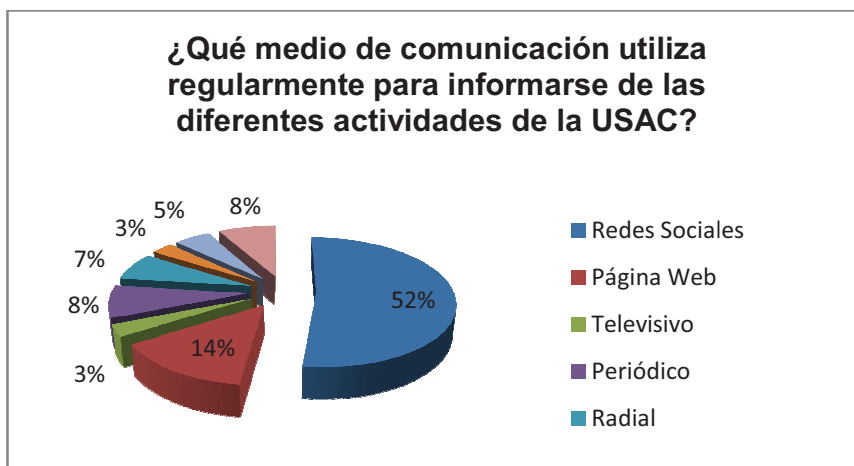
Fuente: Arredondo Lourdes, Azurdia Claudia, García Ingrid. Guatemala, 17 febrero 2014

El medio de comunicación más conocido de la Universidad de San Carlos de Guatemala son las Redes Sociales.

			Porcentaje (%)
a.	Radial	5	5
b.	Televisivo	2	2
c.	Redes sociales	20	20
d.	Periódico	1	1
e.	Pagina Web	1	1
f.	Varios de los anteriores	67	67
g.	Ninguno	4	4
	total	100	

2. ¿Qué medio de comunicación utiliza regularmente para informarse de las diferentes actividades de la USAC?

Gráfica No.2



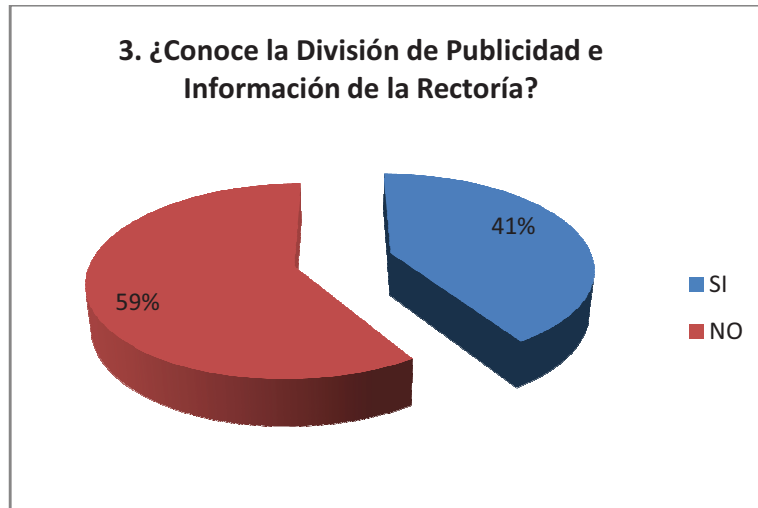
Fuente: Arredondo Lourdes, Azurdia Claudia, García Ingrid. Guatemala 17 febrero 2014

El medio de comunicación utilizado regularmente para informarse de las diversas actividades de la Universidad de San Carlos de Guatemala son las Redes Sociales.

			Porcentaje (%)
a.	Redes sociales	52	52
b.	Página Web	14	14
c.	Televisivo	3	3
d.	Periódico	8	8
e.	Radial	7	7
f.	Por amigos	3	3
g.	Varios de los anteriores	5	5
h.	No uso ninguno	8	8
	total	100	

3. ¿Conoce la División de Publicidad e Información de la Rectoría?

Gráfica No.3



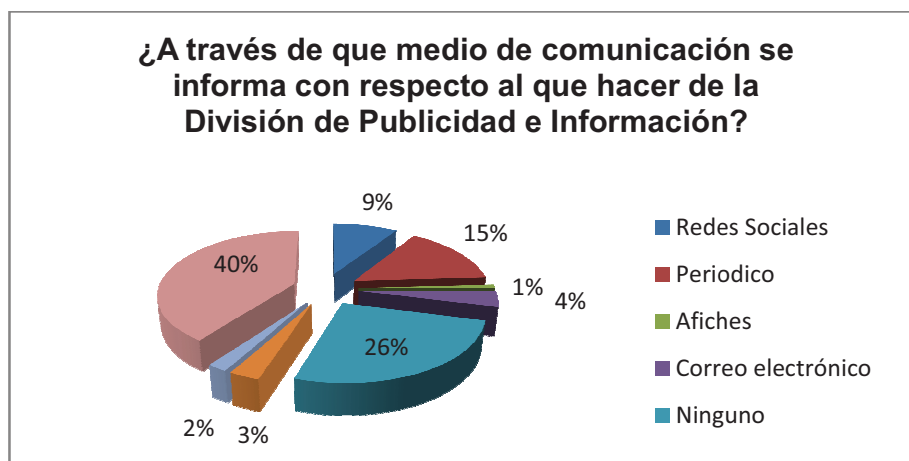
Fuente: Arredondo Lourdes, Azurdia Claudia, García Ingrid. Guatemala, 17 febrero 2014

Es evidente que el 59 % no conoce la División de Publicidad e Información de la Rectoría de la Universidad de San Carlos de Guatemala, como consecuencia desconoce la función dicha entidad.

			Porcentaje (%)
a.	Si	41	41
b.	No	59	59
	total	100	

4. ¿A través de que medio de comunicación se informa con respecto al que hacer de la División de Publicidad e Información?

Gráfica No.4



Fuente: Arredondo Lourdes, Azurdía Claudia, García Ingrid. Guatemala, 17 febrero 2014

Un 40% no conoce la División de Publicidad e Información de la Rectoría de la Universidad de San Carlos de Guatemala. Y el medio mas usado por las personas que si conocen la División son las Redes Sociales con un 26%, mientras el resto de encuestados lo hace por medio de medios impresos.

			Porcentaje (%)
a.	Redes sociales	9	9
b.	Periódico	15	15
c.	Afiches	1	1
d.	Correo electrónico	4	4
e.	Ninguno	26	26
f.	No existe	3	3
g.	Ignoro	2	2
h.	División desconocida	40	40
	Total	100	

5. ¿Utiliza Facebook para informarse de las noticias de la USAC?

Gráfica No.5



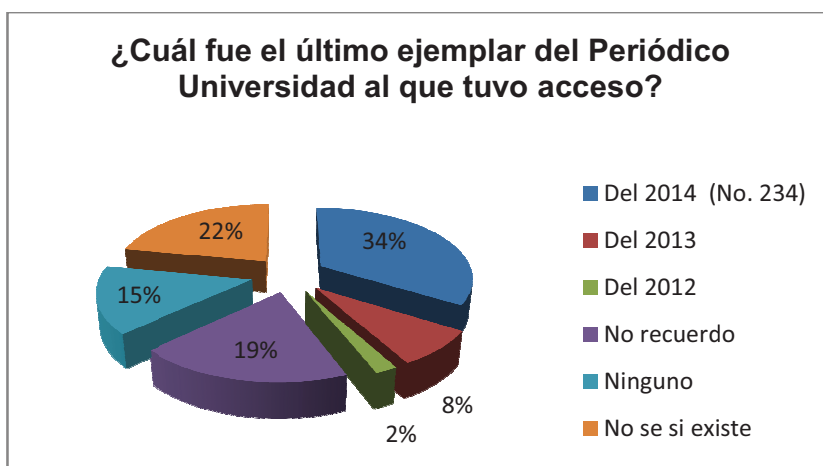
Fuente: Arredondo Lourdes, Azurdia Claudia, García Ingrid. Guatemala 17 febrero 2014

El 65% de las personas entrevistadas utiliza el Facebook para informarse de las noticias más destacadas de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

			Porcentaje (%)
a.	Si	65	65
b.	No	35	35
	total	100	

6. ¿Cuál fue el último ejemplar del Periódico Universidad al que tuvo acceso?

Gráfica No.6



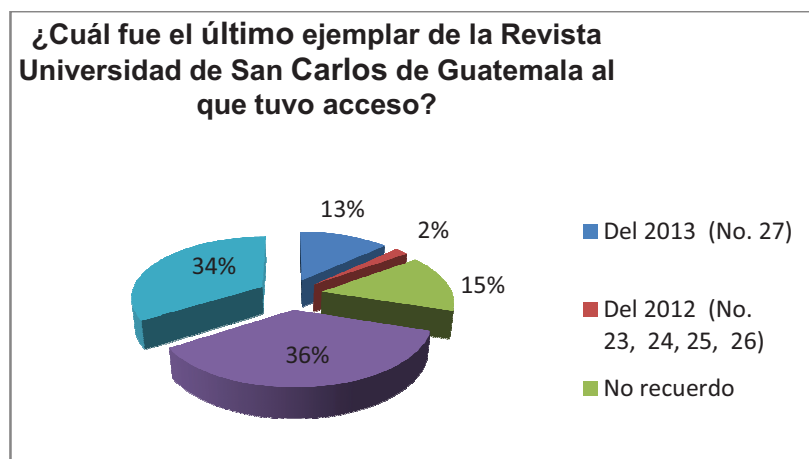
Fuente: Arredondo Lourdes, Azurdia Claudia, García Ingrid. Guatemala, 17 febrero 2014

Un 34% de los entrevistados tuvo acceso al último ejemplar del Periódico Universidad (Universidad de San Carlos de Guatemala). El 19% no recuerda cual fue el último ejemplar al que tuvo acceso, el 8% tuvo acceso al periódico en el año 2013, el 2% tuvo acceso al periódico en el año 2012, un 15 % en ninguna ocasión ha tenido acceso al periódico. Pero lo relevante es que un 22% no sabe si existe un periódico de la Universidad.

			Porcentaje (%)
a.	Del 2014 (No.234)	34	34
b.	Del 2013	8	8
c.	Del 2012	2	2
d.	No recuerdo	19	19
e.	Ninguno	15	15
f.	No se si existe	22	22
	Total	100	

7. ¿Cuál fue el último ejemplar de la Revista Universidad de San Carlos de Guatemala al que tuvo acceso?

Gráfica No.7



Fuente: Arredondo Lourdes, Azurdia Claudia, García Ingrid. Guatemala, 17 febrero 2014

Es importante informar que el 36% nunca ha tenido acceso a un ejemplar de la Revista de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

El 34% ignora si existe una Revista de la Universidad. El 15% no recuerda haber tenido acceso a un ejemplar de la revista.

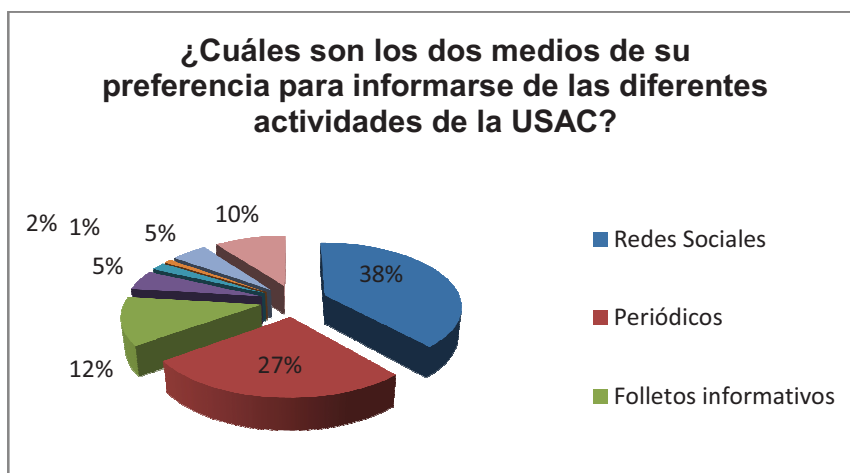
Solamente el 13% tuvo acceso al ejemplar No. 27 de la Revista (Año 2013) y el 2% ha tenido acceso a un ejemplar de la revista durante el año 2012.

Por lo tanto se puede decir que no se tiene el acceso a la Revista Universidad.

			Porcentaje (%)
a.	Del 2013(No.27)	13	13
b.	Del 2012 (No.23,24,25,26)	2	2
c.	No recuerdo	15	15
d.	Nunca he tenido acceso	36	36
e.	Ignoro el medio	34	34
Total		100	

8. ¿Cuáles son los dos medios de su preferencia para informarse de las diferentes actividades de la USAC?

Gráfica No.8



Fuente: Arredondo Lourdes, Azurdía Claudia, García Ingrid. Guatemala, 17 febrero 2014

Los dos medios de comunicación preferidos por los entrevistados para informarse de las diferentes actividades de la Universidad de San Carlos de Guatemala son las Redes Sociales y los Periódicos.

			Porcentaje (%)
a.	Redes sociales	38	38
b.	Periódico	27	27
c.	Folletos informativos	12	12
d.	Revistas	5	5
e.	Página Web	42	42
f.	Radio	1	1
g.	Otros	5	5
h.	División desconocida	10	10
	Total	100	

2.9. Radiografía de la Institución

2.9.1. Descripción de la Comunicación Interna

Se observa un clima organizacional estable, dinámico, ameno y muy accesible a las mejoras institucionales. La recepción a instrucciones es aceptable por parte del personal y con la mejor disposición a ejecutarlas. La jefatura es accesible a resolver cualquier situación, cordial con el personal y público en general. Las instrucciones se originan de Secretaria General de la USAC hacia la Jefatura de la División de Publicidad e Información y a su vez al personal de la misma para ser ejecutadas.

2.9.2. De la infraestructura (Mobiliario y equipo, cartelera, conectividad a Internet)

La División de Publicidad e Información cuenta con la infraestructura necesaria para poder desempeñar eficientemente sus labores diarias; el mobiliario y equipo que se utiliza es el siguiente: escritorios ejecutivos, secretariales, archivos, robots, sillas ergonómicas, sillas de recepción, mesa de reuniones dentro del equipo cuentan con impresoras, computadores, fotocopidora, fax, escáner, equipo Macintosh, plotter, teléfonos de escritorios, ups, impresoras multifuncionales, impresoras de matriz, horno microondas, refrigeradora, cafetera, tostador, televisión, equipo de audio, micrófono, cuenta con conectividad a Internet.

2.9.3. Canales de Comunicación Interna

La comunicación Interna que se maneja es por instrucción directa verbal de jefatura al personal. En ocasiones giran orden de trabajo escrita para cubrir las diferentes actividades externas de la USAC y a nivel nacional.

Existe la comunicación por medio de las extensiones telefónicas internas y externas, redes sociales, correos internos, personal destinado a mensajería interna y externa, servicios contratados como el correo Nacional.

2.9.4. Rumores

Eventualmente la señal de las redes sociales permanece saturada lo cual dificulta la rapidez en el proceso de comunicación para divulgar la información.

Las personas que tienen alguna duda sobre trámites, procedimientos de inscripción, reglamentos, etc. por lo regular se dirigen a esta dependencia buscando información, la cual se les proporciona o indica a que lugar deben acudir para obtenerla.

2.9.5. Descripción de Comunicación Externa

Se utilizan medios de comunicación masivos escritos, (diarios más relevantes a nivel nacional) radiales y televisivos, para difundir la información de interés general.

2.9.6. POA 2014

La División de Publicidad e Información cuenta con un plan operativo anual. La Unidad Ejecutora a la que pertenece es la Secretaría General de la Rectoría de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

En lo que respecta a la asignación presupuestal para el presente año; cuenta con un presupuesto de Q.3, 276,470.00 del cual tiene destinado Q. 800,000.00 para publicaciones de campos pagados, Q. 112,000.00 para impresión de cuatro ejemplares de La Revista de la Universidad de San Carlos de Guatemala, Q. 600,000.00 para la impresión de once ejemplares anuales del Periódico Universidad; en un tiraje mínimo de 22,000 y máximo de 60,000 mensuales haciendo un aproximado anual de 220,000 ejemplares incluidos los suplementos.

En Redes Sociales no tiene asignado reglón presupuestal debido a que se cuenta con el apoyo del área de Procesamiento de Datos de la Rectoría y el área de Diseño Gráfico de la misma División de Publicidad e Información.

La línea estratégica que se ha ejecutado y que continúa actualmente es la vinculación de la Universidad de San Carlos de Guatemala con los sectores económico, social y político.

Actualmente no se realizan campañas informativas para dar a conocer el que hacer de la División de Publicidad e Información.

2.10 Radiografía de la División de Publicidad e Información de la USAC

Positivo	Negativo
<ul style="list-style-type: none"> - Clima organizacional estable. - Personal accesible a las mejoras institucionales. - Ambiente dinámico, ameno, cordial. - Cuenta con POA anual. - El total del personas contratadas es de diecinueve. - En el presupuesto anual cuenta con una partida presupuestaria específica para comunicación. - Cuenta con equipo humano y tecnológico ideal para realizar las labores comunicacionales. - Proyecta la imagen positiva de la USAC. 	<ul style="list-style-type: none"> - Las oficinas no están divididas y no se cuenta con la estructura idónea para cada área de trabajo. - El área de trabajo es reducida, debido a que momentáneamente laboran también el área de Protocolo y la Coordinadora de Información Pública en el mismo espacio que con anterioridad era únicamente para el personal de la División de publicidad e Información. - Nombramientos en la partida presupuestal a indefinido, reglón 011. - Señalización deficiente para localizarlas diferentes áreas de trabajo. - No cuenta con una efectiva proyección informativa a nivel central y regional.

3. Estrategia del Proyecto Comunicacional

3.1. Antecedentes

La División de Publicidad e Información es la dependencia encargada de mantener una relación estrecha y constante con los medios de comunicación social masivos del país y el extranjero, para lograr cada uno de sus objetivos.

Los proyectos de comunicación que se han llevado a cabo son los siguientes:

JUDUCA 2012

Campaña SOY USAC 2013

(Volantes, mosquitos, banderines, afiches, entre otros)

Por un presupuesto digno para la educación superior 2013

Prospecto de Guatemala cuenta con la USAC - 2014

3.2. Estudio de mercado



3.3. Objetivos

3.3.1. Objetivo General:

Fortalecer la función División de Publicidad e Información (DPI), ante las diferentes facultades, escuelas no facultativas y centros regionales de la USAC.

3.3.2. Objetivos Específicos:

- Renovar un canal de comunicación, con las dependencias de la USAC, por medio de la DPI, por medio de las diferentes redes sociales.
- Crear y activar un boletín digital con información actualizada, de los acontecimientos más importantes, que sucede dentro del campus universitario.
- Consolidar la imagen de USAC, ante a los diferentes medios de comunicación: escritos, radiales y televisivos.
- Adquirir una comunicación efectiva y cordial entre la DPI y comunicadores que laboran para los diferentes medios informativos.
- Obtener motivación y colaboración con el personal de DPI durante el desarrollo de las actividades programadas.

3.4. Público objetivo

En éste caso el público objetivo, son aquellas personas que laboran en áreas administrativas de diferentes dependencias dentro de las instalaciones de Rectoría de la USAC.

Los comunicadores periodistas que representan a diferentes medios de comunicación informativos: escritos, radiales y televisivos, que funcionan a nivel nacional, son también fundamentales en éste proceso.

Hombres y mujeres de diferente nacionalidad, en una edad adulta, con deseos de conocer los acontecimientos de la USAC. Sin importar su grupo social, económico, religioso, étnico.

3.5. El Mensaje

Se desea que el mensaje llegue de una forma clara y sencilla, con un lenguaje fácil de comprender, y con imágenes que motiven a participar en las actividades programadas; procurando que no exista ningún tipo barrera en el proceso de comunicación.

Mensajes:

USAC es comunicación...

En la DPI... te mantenemos informado

Prepararte es tu objetivo...informarte es nuestro objetivo

USAC...marca la diferencia

Informarte es nuestra pasión

DPI actitud de servicio

DPI información responsable al alcance de todos

USAC... Formación e información para tu vida

Soy totalmente USAC

3.6. Estrategia

- Crear un boletín informativo institucional digital, con contenidos actualizados de lo que sucede en la Universidad de San Carlos de Guatemala USAC.
- Invitar a los medios de comunicación a compartir con el personal de la DPI.
- Enviar a los diferentes medios informativos dicho material informativo; para que obtengan información de primera mano.
- Mejorar la comunicación las relaciones interpersonales dentro de la DPI, a través de diferentes dinámicas de grupo, motivando su participación en la implementación de las diferentes estrategias.

3.7. Los planes de comunicación

Crear el boletín informativo digital con contenidos de información reciente exclusivamente de la USAC, el cual se enviará a los diferentes oficinas de la Rectoría; con el apoyo del redactor de la DPI.

Así también necesitaremos el asesoramiento y la creatividad de un diseñador gráfico, un periodista y asesoramiento de dirección, para lograr un producto sencillo, atractivo e innovador.

Para la presentación del mismo invitaremos a autoridades de la USAC, entre ellos: Rector, Decanos, directores de escuelas no facultativas, centros regionales, estudiantes entre otros; con la finalidad de que conozcan la función del mismo. Explicándoles el procedimiento que se realiza al momento de entrar a la Página Web, y al mismo tiempo al Boletín informativo.

En uno de los salones de la Biblioteca Central de la USAC, será el lugar donde llevaremos a cabo dicha actividad. Al mismo tiempo les serviremos un Coffe break, para compartir opiniones, sugerencias, y así mejorar la comunicación.

De ésta forma dicho material permitirá a los medios estar informados, de las diferentes actividades que suceden dentro de la USAC, y se logrará notoriedad de la DPI .

Para dicho evento redactaremos una invitación dirigido a los comunicadores para que asistan al mismo, y los diplomas de participación para los presentes de cada unidad académica.

3.8. Evaluación

Al evaluarse periódicamente el plan en términos de efectividad y funcionalidad, se podrá hacer modificaciones para mejorarlo. De esa manera, será más efectivo cada vez que se implemente mejoras.

Regularmente recordamos a corto plazo, por lo que se debemos recordar constantemente los objetivos para no perderse al momento de realizarlo.

Para lograrlo se ejecutara lo siguiente:

- Se comprobará si los objetivos se cumplieron, con una ficha de evaluación, que la DPI tiene para los epeistas.

- Visita de los integrantes de la comisión de EPS, de Licenciatura en Ciencias de la comunicación a las instalaciones de DPI, la cual se llevará a cabo dentro de las 300 horas de práctica supervisada.

4. Ejecución

4.1. Informe Descriptivo

Durante el proceso de la Práctica Supervisada (EPS), se llevaron a cabo diferentes actividades en la División de Publicidad e Información DPI, de Rectoría de la USAC.

Cabe mencionar que en ésta dependencia frecuentemente surgen acontecimientos, en la cual los diferentes medios de comunicación se hacen presente, es por ello que todos los días se aprende algo en sus diferentes áreas como por ejemplo: en protocolo, prensa, diseño entre otros.

Al inicio me presentaron con el personal, en la cual participe en algunas actividades realizadas dentro de la USAC, acompañando a los comunicadores de la DPI.

Con el resultado que se obtuvo del diagnóstico, empezamos a buscar de alguna manera una solución con la ayuda de una herramienta para dar a conocer el que hacer de la DPI, primero a nivel interno para luego pasar a lo externo.

Después de proponer algunas alternativas a la Licda. Lucy Barrios, jefa DPI, llegamos a un acuerdo en crear un boletín informativo institucional digital, con el fin de dar a conocer las diversas actividades que surgen dentro de la comunidad sancarlista, a nivel nacional.

Con contenido reciente e innovador y de fácil acceso para el usuario, para ello me pidió le presentara diferentes propuestas de la estructura e imagen del boletín.

Así como también sugerí que cuando estuviera elaborado el Boletín Informativo, realizar una presentación con diferentes autoridades: Rector, Secretario General, Facultades, Centros universitarios, medios de comunicación. Esto con objetivo que conozcan la funcionalidad del mismo, y se sientan parte del proyecto, y entonces se cumpla el objetivo que es el de mejorar la comunicación institucional de la Universidad San Carlos de Guatemala.

Para eso se elaboró invitaciones, programas, conferencista, reconocimientos, en general montar la logística del evento. (Lugar, banderas, sonido, equipo de cómputo, mantas, afiches, coffe break).

Elaboré diferentes propuestas de boletín, y crear el sitio Web, y darle espacio al mismo.

Así como también planificamos junto con la jefa todo el evento, empezando por buscar los contactos de las diferentes facultades, escuelas, direcciones y medios.

Trabajamos con diferentes diseños de mantas, invitaciones, afiches, programa, solicitudes tanto para colocar los productos dentro de la USAC, como también para el lugar donde se llevará a cabo la presentación.

Así mismo seleccione material para el contenido del boletín: notas informativas, videos, fotos, entre otros. Y la redacción de un manual de la estructura de ésta nueva herramienta informativa digital.

Para ello el departamento de procesamiento de datos me apoyo, ya que también recibí inducción del programa que se utilizaría, para poder subir la información.

En las ultimas semanas estuve confirmando a cada uno de los invitados, conferencista, medios de comunicación.

Así como también la colocación de mantas, afiches y de alguna manera verificar que se cumpliera lo planificado.

Es una satisfacción llegar al fin de éste proyecto, ya que realmente se aprende hacer las cosas profesionalmente, y con mucha responsabilidad ya que de alguna manera están puestos los ojos de los demás para observar la capacidad que uno tenga al momento de que las cosas se salgan de control y apoyarnos en gran manera.

Llegó el día en que se presentaron las altas autoridades de la USAC, eso fue un buen comienzo, luego representantes de facultades, escuelas no facultativas, centros regionales, directores, medios de comunicación entre otros.

Todos a la expectativa de conocer el proyecto, con muchas inquietudes pero sobre todo agradecidos por haber sido tomados en cuenta en éste proceso de comunicación institucional.

Puedo decir que se siente bien aportar una mínima parte a ésta casa de estudios, y poder ver resultado en tan poco tiempo es aún mas gratificante.

Razón por lo que en la última semana se llevó a cabo una capacitación a la persona delegada a por la DPI, quien se encargará de darle seguimiento al "Boletín Informativo".

5. Conclusiones

Durante el proceso de observación y las encuestas realizadas a personal y estudiantes de distintas facultades y no facultativas, se pudo determinar una escasa comunicación dentro de Rectoría de la Universidad San Carlos de Guatemala y los estudiantes desconocían totalmente los diferentes medios de comunicación que la División de Publicidad e Información producen cada mes.

A si mismo se comprobó que el medio más utilizado para obtener información es el internet. Razón por la cual se implemento una efectiva solución para mejorar no solo la imagen, si no que también dar a conocer la función, el servicio que ofrece para la comunidad sancarlista.

Un boletín informativo digital fue una de las herramientas que se implementaron dentro de la estrategia de comunicación, con una imagen, sencilla, creativa y de fácil acceso para el que quiera conocer un poco más de las diferentes actividades que se llevan a cabo en las diferentes facultades y centros regionales de la Universidad San Carlos de Guatemala.

6. Recomendaciones

- Continuar la retroalimentación del boletín informativo, con contenidos actuales.
- Integrar a todo el personal de la DPI, en el fortalecimiento de la comunicación.
- Brindar al epesista las herramientas necesarias para desarrollar su trabajo sin ninguna limitación.
- Asignar a epesistas para continuar trabajando con ésta dependencia de la universidad.

7. Referencias Bibliográficas

1. Como escribir trabajos de investigación

Autor: Melissa Walter

Páginas 161- 209

2. Guía para elaborar la tesis.

Autores:

Santiago Zortilla

Miguel Torres X. Segunda edición

Páginas 21-25

3. Estrategias de comunicación

Rafael Alberto Pérez

Prologo de Jesús Martin Barbero

Editorial Ariel

Edición actualizada septiembre 2008

Páginas 135 – 158

4. Metodología de la investigación

Roberto Hernández Sampieri

Carlos Fernández

McGraw Hill, Interamericana editores, S.A.

Segunda edición

Páginas 75 -79

5. Manual de Metodología

Autores:

Ruth Sautu

Paula Boniolo

Pablo Dalle

Páginas 48-70

7.1. E – GRAFIAS

www.es.wikipedia.org

www.comunicologos.org

www.monografias.com

www.diagnosticoci.com

www.losrecursoshumanos.com

www.tuportaleducativo.jimdo.com

www.matrizfoda.com

www.definicion.de/plan-operativo/

8. Anexos

8.1. Modelo de la Encuesta

UNIVERSIDAD SAN CARLOS DE GUATEMALA
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
EXAMEN PRÁCTICO SUPERVISADO EPS
COORDINADOR: Ms. SERGIO MORATAYA



ENCUESTA

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

Radial

Televisivo

Redes Sociales

Otros

Ninguno

2. ¿Qué medio de comunicación utiliza regularmente para informarse de las diferentes actividades de la USAC?

3. ¿Conoce la División de Publicidad e Información de la Rectoría?

Si _____ No_____

4. ¿A través de que medios de comunicación se informa con respecto al que hacer de la División de Publicidad e Información?

5. ¿Utiliza facebook para informarse de las noticias de la USAC?

Si _____ No _____

6. ¿Cuál el último ejemplar del Periódico Universidad al que tuvo acceso?

7. ¿Cuál el último ejemplar de la Revista de la Universidad de San Carlos de Guatemala al que tuvo acceso?

8. Elija dos medios de su preferencia para informarse de las diferentes actividades de la USAC:

Redes Sociales

Periódicos

Folletos Informativos

Revistas

8.2. Vaciado de datos (encuesta)

¿Qué medios de comunicación de la USAC conoce?

Radial	xxxxx	5
Televisivo	xx	2
Redes sociales	xxxxxxxxxx xxxxxxxxxx	20
Otros	xx (página web) xx (periódico)	2
Ninguno	xxxx	4
Varios	xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx xx xxxxx xx	67

¿Qué medio de comunicación utiliza regularmente para informarse de las diferentes actividades de la USAC?

No uso ninguno	xxxxx xxx	8
Redes sociales	xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx xx xx	52
Página web	xxxxxxxxxxxxxxxxxx	14
Televisivo	xxx	3
Periódico	xxxxx xxx	8
Radial	xxxxx xx	7
Por amigos	xxx	3
Varios de los anteriores	xxxxx	5

¿Conoce la División de Publicidad e Información de la Rectoría?

Si	xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx x	41
No	xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx xx	59

¿A través de que medios de comunicación se informan con respecto al que hacer de la División de Publicidad e Información?

Redes sociales	xxxxxxxxx	9
Periódico	xxxxxxxxxxxxxxxxx	15
Afiches	x	1
Correo electrónico	xxxx	4
Ninguno	xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx x	26
No existe	xxx	3
Ignoro	xx	2
División desconocida	xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx	40

¿Utiliza facebook para informarse de las noticias de la USAC?

Si	xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx	65
No	xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx	35

¿Cuál el último ejemplar del Periódico Universidad al que tuvo acceso?

Del 2014 (No.234)	xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx	34
Del 2013	xxxxx xxx	8
Del 2012	xx	2
No recuerdo	xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx	19
Ninguno	xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx	15
No se si existe	xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx xx	22

¿Cuál el último ejemplar de la Revista de la Universidad de San Carlos de Guatemala al que tuvo acceso?

Del 2013 (No.27)	xxxxxxxxxxx xxx	13
Del 2012 (No.23,24,25,26)	xx	2
No recuerdo	xxxxxxxxxxxxxxxxxxx	15
Nunca he tenido acceso	xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx x	36
Ignoro el medio	xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx	34

Elija dos medios de su preferencia para informarse de las diferentes actividades de la USAC:

Redes sociales	xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx xxx	38
Periódico	xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx xxxxx xx	27
Folletos informativos	xxxxxxxxxxx xx	12
Revistas	xxxxx	5
Página web	xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx xx	42
Radio	x	1
Otros	xxxxx	5
División desconocida	xxxxxxxxxxx	10

8.3. Imágenes de la División de Publicidad e Información (diagnóstico)

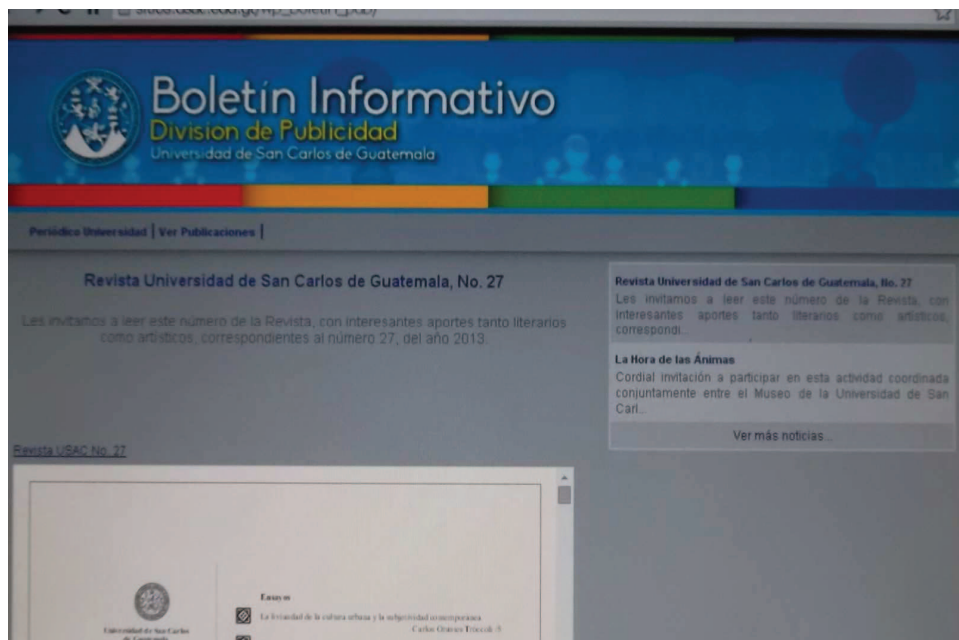
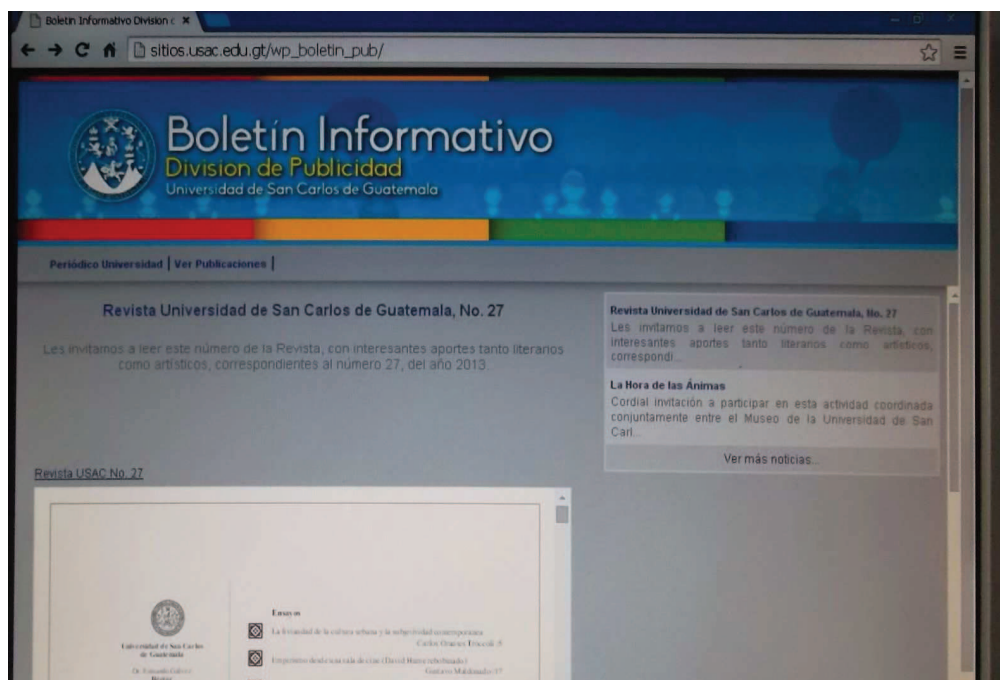


Ingreso a la División de Publicidad e Información, oficina 310



Señalización de la dependencia, 3er nivel, Edificio de Rectoría, USAC

8.4. Imágenes del boletín informativo digital (estrategia de comunicación)



8.5. Bocetos

Propuesta # 1 de Invitación al evento

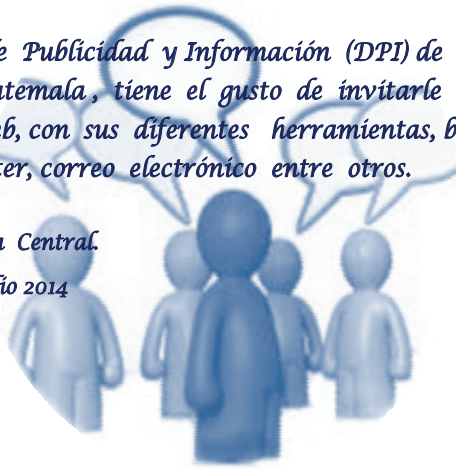


La División de Publicidad y Información (DPI) de la Universidad San Carlos de Guatemala, tiene el gusto de invitarle a la presentación de la Página Web, con sus diferentes herramientas, boletín informativo, facebook, twitter, correo electrónico entre otros.

Lugar: Biblioteca Central.

Fecha: 25 de julio 2014

Hora: 9:00 am



"Id y enseñad a todos"



Propuesta # 2 de Invitación al evento



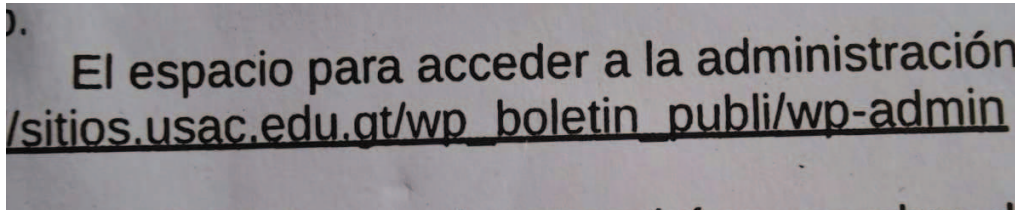
La Dirección de Publicidad e Información (DPI), se complace en invitarle a la presentación de nueva alternativa de comunicación institucional. Página web, twitter, correo electrónico, boletín informativo.

LUGAR: RECURSOS EDUACTIVOS
CUARTO NIVEL, SALON 4
FECHA: 25 DE JULIO
HORA: 9.00 AM

“Id y enseñad a todos”

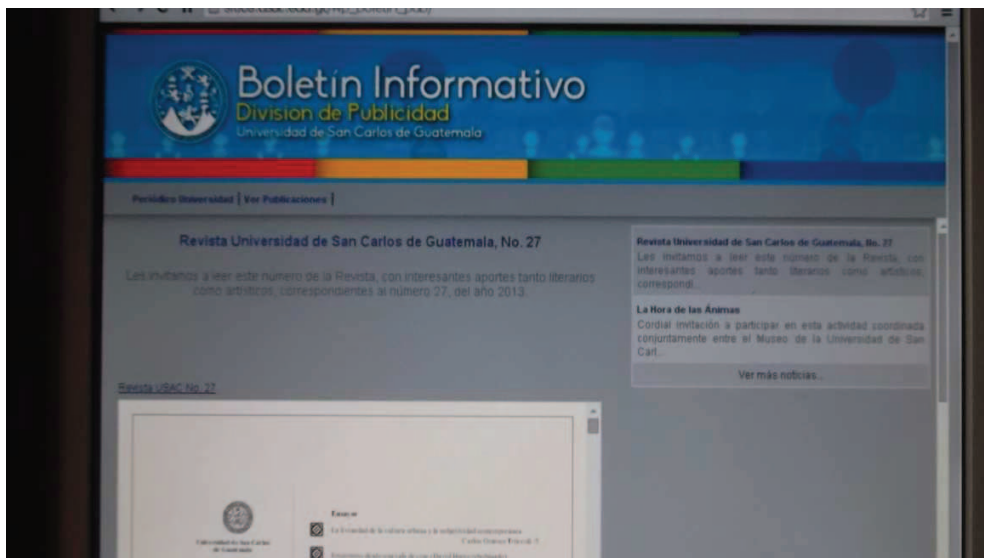
Guatemala, julio 2014

8.6. Dirección del sitio Web del Boletín Informativo



Fuente: García Ingrid, dirección página web, Guatemala agosto 2014

Fotografía Boletín Informativo



Fuente: García Ingrid, imagen boletín informativo digital, Guatemala agosto 2014

8.7. Calendario de actividades

ACTIVIDADES		MAYO				JUNIO				JULIO	
		5 - 9	12 - 16	19 - 23	26 - 30	2 - 6	9 - 13	16 - 20	23 - 27	1 - 4	7 - 14
		1ª Semana	2ª Semana	3ª Semana	4ª Semana	1ª Semana	2ª Semana	3ª Semana	4ª Semana	1ª Semana	2ª Semana
1	Presentación formal con las autoridades y ubicación del lugar de trabajo y asignación de equipo a utilizar. Reunión con dirección para evaluar y analizar la estrategia.	X									
2	Acompañamiento a periodistas de diferentes actividades dentro de la USAC. Realizar los cambios indicados del diagnóstico. Organizar la elaboración del boletín informativo.		X								
3	Planificar la ejecución del taller informativo Planificación de la elaboración de la página y la integración del boletín informativo al mismo. Elaborar el boletín con sus indicaciones de su diseño y estructura. Presentar diferentes opciones del boletín. Acompañamiento a periodistas de diferentes actividades dentro de la USAC.			X							
4	Redacción de la nota, dirigida a procesamiento de datos. Corrección del Plan de comunicación. Planificación del taller. Primera reunión con el encargado de procesamiento de datos.				X						
5	Presentación de propuestas de invitación. Diseñar bocetos de diplomas. Obtener contactos: centros regionales, facultades, jefes. Diseñar boceto de la página, boletín.					X					
6	Inducción procesamiento de datos. Rediseñar el boletín informativo. Efectuar los cambios, en el Plan de Comunicación.						X				
7	Inducción en el departamento de procesamiento de datos. Realizar las mejoras en los diferentes bocetos. Acompañamiento en diferentes actividades de la Rectoría de la USAC. Realizar pruebas ingreso a la página Web, seleccionar los diferentes contenidos.							X			

8	Realizar los cambios en el Plan de Comunicación. Comprobar los accesos y herramientas de la página Web. Planificar y contactar a los asistentes del taller (Llamadas telefónicas, repartir invitaciones). Asistir a la toma de posesión del nuevo Rector.								X		
9	Realizar las invitaciones para el Coffee break a los comunicadores								X	X	
10	Verificar la aceptación del boletín informativo									X	X
11	Mejorar y actualizar el contenido del boletín.										X
12	Realizar un coffee break con los comunicadores										X
13	Evaluar si los objetivos se cumplieron										X
14	Culminación de las 300 horas de práctica										X

8.8. Presupuesto

Boletín informativo:

	Proceso	Costo
	Redacción	Q. 150.00
	Diagramación	Q. 250.00
	Página Web	Q. 500.00
	TOTAL	Q. 900.00

Recepción para los medios de comunicación:

	Proceso	Costo
	Salón	Q. 150.00
	Mobiliario	Q. 250.00
	Arreglos florales	Q. 500.00
	Sonido	Q. 150.00
	Refacción	Q. 250.00
		Q. 500.00
	TOTAL	Q. 900.00

Celebración del “Día de la Madre”:

	Proceso	Costo
	Salón	Q. 150.00
	Mobiliario	Q. 250.00
	Arreglos florales	Q. 500.00
	Sonido	Q. 150.00
	Refacción	Q. 250.00
	Recuerdos	Q. 500.00
	TOTAL	Q. 900.00

8.9. Imágenes de la actividad “Alternativa de Comunicación Institucional”

Registro de asistencia a la presentación del proyecto

No.	Nombre	Correo electrónico	Teléfono	Dependencia	Firma
33	Andrés Felipe Flores	af@univ.edu.gt	40202722	UNIV	[Firma]
34	Francisco				
35	Otto Salguero	osalguero@comunicacion.usac.edu.gt	5820741	UNIV	[Firma]
36	Clara Rodríguez	clararodriguez60@gmail.com	51312197	ECC	[Firma]
37	Carolina Serrano	CarolinaSerrano@univ.edu.gt	5820741	ECC	[Firma]
38	Diego Matheu	diegomatheu@univ.edu.gt	4144053	UNIV	[Firma]
39	Silvia Zeg	ze.silvia@usac.edu.gt	53089215	FMVZ	[Firma]

Fuente: García Ingrid, imagen de listado de asistencia, Guatemala agosto 2014

Material impreso para los participantes



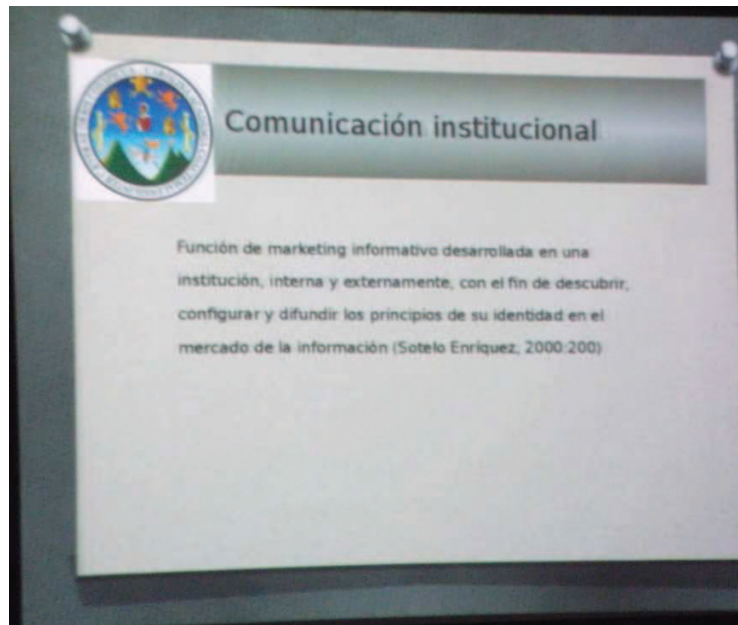
Fuente: García Ingrid, imagen de periódico, revista, folletos. Guatemala, agosto 2014

Identificación del evento a cada uno de los asistentes



Fuente: Ingrid García, obsequio para los participantes, Guatemala, agosto 2014

Presentación de contenido



Fuente: Ingrid García, presentación de comunicación institucional. Guatemala, agosto 2014

Mantas colocadas dentro del campus de la USAC



Fuente: Ingrid García, diseño de mantas publicitarias. Guatemala, agosto 2014

Presencia de autoridades de la USAC, en la presentación del proyecto



Fuente: Ingrid García, Guatemala, agosto 2014

Autoridades de la División de Publicidad e Información de la USAC



Fuente: Ingrid García, Licda. Lucy Barrios, jefa de la DPI. Guatemala, agosto 2014



Fuente: Ingrid García, Representantes de las diferentes facultades de la USAC en el salón de eventos en Recursos Educativos USAC. Guatemala agosto 2014

Supervisión del coordinador de EPS, antes de la presentación del proyecto



Fuente: Ingrid García, Coordinador de EPS, Sergio Morataya, Claudia Azurdia, En el salón de eventos en Recursos Educativos USAC. Guatemala, agosto 2014

Representantes de diferentes facultades de la USAC, y diferentes medios de comunicación, durante la conferencia.



Fuente: Ingrid García, asistencia de invitados en el salón de eventos en Recursos Educativos USAC. Guatemala, agosto 2014