

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA  
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN  
EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO

TEMA: Estrategia de comunicación en Instituto de Problemas Nacionales  
de la Universidad de San Carlos (Ipnusac)

Mynor Fabricio Alonzo Jerónimo

Licenciado en Ciencias de la Comunicación

Guatemala, 27 de octubre de 2014

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA  
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN  
DEPARTAMENTO DE EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO  
(EPS) - LICENCIATUR

Informe Final del Ejercicio Profesional Supervisado E.P.S

**"Estrategia de comunicación en el Instituto de Problemas Nacionales  
de la Universidad de San Carlos de Guatemala (IPNUSAC)"**

Presentado por

**MYNOR FABRICIO ALONZO JERONIMO**

Previo a optar al título de

**Licenciado en Ciencias de la Comunicación**

Ase sor:

M.A. Sergio Morataya

**Guatemala, octubre de 2014**

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

**Consejo Directivo**

**Director**

Lic. Julio Estuardo Sebastián Chilin

**Secretaria**

M.A. Claudia Molina

**Representantes de docentes**

M.A. Amanda Ballina Talento  
Lic. Víctor Carillas Brán

**Representante de los egresados**

Lic. Michael González Batres

**Representantes estudiantiles**

Pub. Joseph Mena  
Pub. Carlos León

**Coordinador EPS**

M.A Sergio Vinicio Morataya García

**Supervisora de EPS**

Licda. Floralba Pérez Folgar

Of. Ref. IPNUSAC-COM-019-2014  
Guatemala, 08 de agosto de 2014

Licenciado

**Sergio Morataya**

Director EPS Ciencias de la Comunicación  
Universidad de San Carlos de Guatemala

Licenciado Morataya:

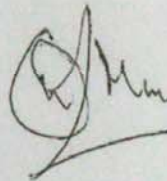
Le saludo cordialmente deseando éxitos y bendiciones en sus labores cotidianas.

Por este medio hago de su conocimiento que el estudiante **Mynor Fabricio Alonzo Jerónimo**, con número de carné universitario 200613612, inscrito en el Decimo semestre de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala, **FINALIZÓ SATISFACTORIAMENTE** el EPS correspondiente a la Licenciatura en Comunicación en el área de comunicación del Instituto de Análisis e investigación de los problemas nacionales IPNUSAC, la cual realizó del 05 de mayo al 07 de agosto del año 2014.

Gracias por su atención, me suscribo,

Atentamente,

**"ID Y ENSEÑAD A TODOS"**



INSTITUTO DE ANÁLISIS  
E INVESTIGACIÓN DE LOS  
PROBLEMAS NACIONALES  
JEFE DE DIVISIÓN

**Licenciada Rina Monroy**

Encargada del área de Comunicación  
IPNUSAC

c.c. Archivo



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

Guatemala, 27 de octubre de 2014

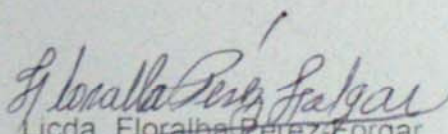
Estudiante  
**Mynor Fabricio Alonzo Jerónimo**  
Carné: **200613612**  
Escuela de Ciencias de la Comunicación

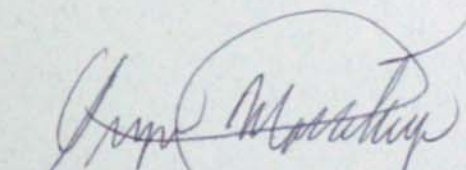
De mi consideración:

Por este medio informo a usted, que he revisado el Informe Final del Proyecto de EPS con título: **"Estrategia de comunicación en Instituto de Problemas Nacionales de la Universidad de San Carlos"**.

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 Forgar  
Supervisora de EPS

  
Vº. Bo. M.Sc. Sergio Morataya  
Coordinador EPS Licenciatura



**Para efectos legales, únicamente el autor  
es responsable del contenido de este trabajo.**

## DEDICATORIA

### **A mi familia:**

*Gracias por brindarme todo su apoyo, amor, dedicación y  
No rendirse conmigo hoy les puedo decir que todo ha valido la pena.*

## INDICE

Resumen	9
Introducción	10

## CAPITULO I

### DIAGNÓSTICO COMUNICACIONAL

1. Objetivos	11
1.1. Objetivos Generales	11
1.2. Objetivos Específicos	11
2. La Institución	11
2.1. Antecedentes del IPNUSAC a nivel mundial	12
2.2. Proceso Histórico del IPNUSAC en Guatemala	12
2.3. Organigrama	17
3. Ficha Descriptiva	18
3.2 Oportunidades	18
3.3 Amenazas	18
4. Metodología	19
4.1 Descripción del Método	19
4.2. Instrumentos	19
4.3. Cronograma	20
5. Recopilación de datos	20
5.1. Ficha de entrevistas	20
5.2. Resultados de las entrevistas	21
5.3 Tabla comparativa puntos de encuentros y Disensos entre los entrevistados	22
6. Radiografía de la Institución	22
6.1. Descripción de la Comunicación Interna	23



6.1.2 Canales de Comunicación Interna	23
6.2. Descripción de Comunicación Externa	24
6.2.1. El POA del Año	25
6.2.2. Campañas Realizadas	28
6.2.3. Plan estratégico que se está ejecutando	29
6.2.5 Presupuesto de comunicación para este año	34
7. Infografía	35
8. Modelo de la encuesta	35
9. Vaciado de la encuesta	36

## **CAPITULO II**

### **PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN**

8. Antecedentes	38
8.2 Objetivos	39
8.3 Publico Objetivo	40
8.4 Mensaje	40
8.5 Estrategia	40
8.6 Planes de comunicación	40
9. Cronograma	42
10. Presupuesto	43
10.1 Control y seguimiento	43

## **CAPITULO III**

### **PRACTICA SUPERVISADA**

11. Informe descriptivo de las actividades	46
--	----

## **CAPITULO IV**

### **Evaluación del plan de comunicación**

12. Informe de evaluación de EPS	54
----------------------------------	----

13 Conclusiones y recomendaciones	56
Referencias bibliográficas	58
Anexos	59

## Resumen

Universidad de San Carlos de Guatemala

Unidad Académica: Escuela de Ciencias de la Comunicación

Título: Estrategia de Comunicación en Instituto de Problemas Nacionales de la Universidad de San Carlos (Ipnusac)

Autor: Mynor Fabricio Alonzo Jéronimo

Metodología o problema investigado: Departamento de comunicación del Instituto de Problemas Nacionales de la Universidad de San Carlos (Ipnusac)

Instrumentos y técnicas: Encuestas, Entrevistas y Plan de comunicación externo.

Obtención de datos: La primera etapa de este trabajo fue la elaboración de un diagnóstico institucional de comunicación para evaluar los sistemas de comunicación interna y externa de la institución.

El presente informe contiene el trabajo realizado durante el Ejercicio Profesional Supervisado de la carrera de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala, en un periodo de 8 meses que comprende febrero - septiembre de 2014.

Plan de comunicación: En base al diagnóstico trabajado se presenta un plan de comunicación para el fortalecimiento de la institución que centra sus acciones en la comunicación externa, sin embargo propone algunas acciones a nivel interno.

El plan presentado contiene acciones que se trabajaron en los meses de mayo-julio.

Resultados y conclusiones: Se realizó material video gráfico, impreso y digital, un banco de fotografías para la Revista Análisis de la Realidad Nacional (RARN) que pertenece al IPNUSAC como estrategia de comunicación.

Se fortaleció la imagen del IPNUSAC y RARN y se entregó material impreso y digital que será de utilidad para la institución para cuando ellos así lo requieran.

**CAPITULO I**  
**DIAGNÓSTICO COMUNICACIONAL**

# INSTITUTO DE PROBLEMAS NACIONALES DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS –IPNUSAC-

## Diagnóstico de comunicación del Instituto de Problemas Nacionales de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

### 1. Objetivos

**1.1 Objetivos Generales,** Apoyar al departamento de comunicación del Instituto de Problemas Nacionales de la Universidad de San Carlos de Guatemala en las áreas de oportunidad que más lo requieran.

**1.2 Objetivos Específicos,** el Instituto de Problemas Nacionales de la Universidad de San Carlos actualmente carece de la plaza de fotógrafo, ilustrador y reportero web razón por la cual esto se ve reflejado en la revista que carece de imágenes y material video gráfico, la revista desde su primera edición ha ido evolucionando en diseño y estilo, la idea es que cada edición sea mejor que la anterior es por eso que quiero proponer apostarle a explotar el área gráfica de la revista. Si bien la revista utiliza la fotografía, estas en su mayoría no son propias de la institución.

### 2. Instituto de Problemas Nacionales de la Universidad de San Carlos

**2.1 Antecedentes,** el Instituto nace con la idea de crear una entidad dedicada a la reflexión y propuesta de solución de los problemas nacionales, incluyendo la utilización del derecho que tiene la USAC de presentar ante el Congreso iniciativas de ley, es una propuesta planteada por el actual Rector, Licenciado Estuardo Gálvez, y aprobada por unanimidad en el Consejo Superior Universitario, a finales del año 2008.

Durante el año 2007 se realizó el diseño de la propuesta, con la participación de profesionales de las distintas áreas del conocimiento, imprimiendo a este proyecto un carácter multi, inter y transdisciplinario. El 2008 fue el año en el cual se desarrolló un ejercicio amplio de socialización de un documento base, el cual fue enriquecido y complementado por los aportes de los profesionales consultados. Durante el segundo semestre del año 2008, coincidiendo con un requerimiento del Consejo Superior Universitario, que solicitó realizar gestiones para la creación de una unidad ágil con capacidad de análisis y propuesta oportuna y pertinente en el

tiempo y el contexto social guatemalteco, se presenta formalmente ante ese cuerpo colegiado, el documento que plantea la creación de este Instituto. En septiembre de 2008, el Consejo Superior Universitario de la USAC, según consta en el punto sexto, inciso 6.3, del Acta No. 23-2008 de su sesión ordinaria celebrada el día 24 del mes referido, creó el Instituto de Análisis e Investigación de los Problemas Nacionales, quedando aprobados: su base legal, el marco referencial y socio contextual al que responde, así como la justificación de la necesidad de su implementación, su estructura organizacional y los recursos necesarios para su funcionamiento.

### **Medios de comunicación:**

Actualmente la institución cuenta con 6 revistas impresas “**Análisis de la realidad nacional**” que se publican dos veces al año, en ella se plantean investigaciones de interés nacional en las áreas de: educación, innovación científica, justicia y seguridad, salud y seguridad social, socioambiental, socioeconómica y sociopolítica. Además de esto cuentan con dos sitio web [www.ipnusac.edu.gt](http://www.ipnusac.edu.gt) donde publican una versión digital de la revista que se publica cada quince días, la revista digital hasta este día 4 de febrero de 2014 han publicado 43 ejemplares.

### **ANALISIS DE CONTENIDO**

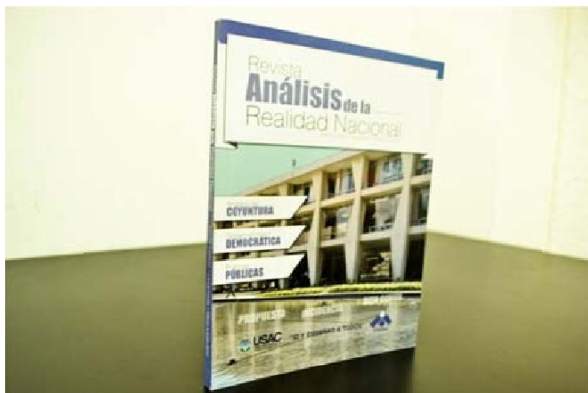
Las investigaciones que son publicadas en la revista impresa y digital son relacionados a los problemas nacionales de actualidad en las áreas de educación, salud y seguridad social, sociopolítica, desarrollo rural, socio ambiental, justicia y seguridad ciudadana, innovación científica y tecnológica y socioeconómica. Los contenidos son académicos con libertad de cátedra donde todos los profesionales tienen la posibilidad de escribir.

La postura de la institución es la misma que la universidad San Carlos como un organismo independiente y autónomo, en ese sentido critica al gobierno y defiende los intereses de la sociedad guatemalteca para que se desarrolle adecuadamente. En otras palabras vela por el funcionamiento correcto de las instituciones gubernamentales.

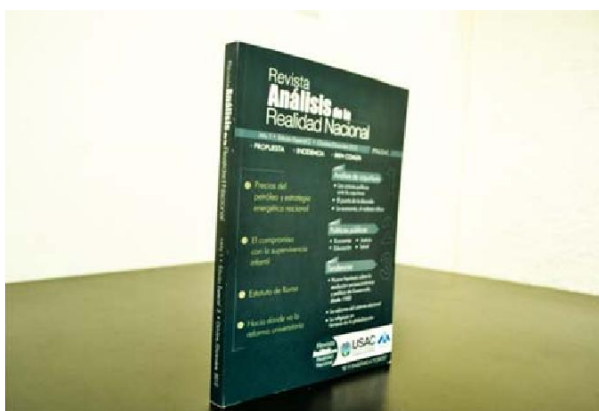
Los mensajes reúnen los diferentes puntos de vista que existen alrededor de los temas, puntos de vista científicos y apolíticos. Estos mensajes no solo son difundidos en los medios institucionales si no también hacen eco en los medios de comunicación televisivos, escritos y radiales. Los análisis que salen del IPNUSAC son claros y han tenido tanto éxito que el actual gobierno pidió asesoría al coordinador general de la institución para la comisión de políticas de drogas. Se

pide apoyo de los analistas para que participen en mesas de diálogo en el tema de desarrollo rural la conflictividad social que existe en el país.

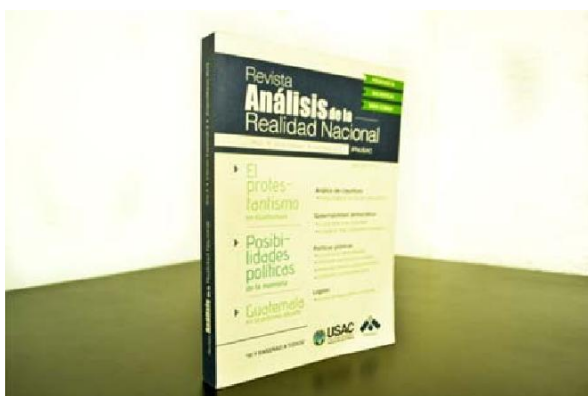
Primera edición impresa: ( Foto: Fabricio Alonzo, junio2014)



Segunda edición impresa: (Foto: Fabricio Alonzo , junio201 )



Terce ra edición impresa: (F oto: Fabric io Alonzo, junio2014)



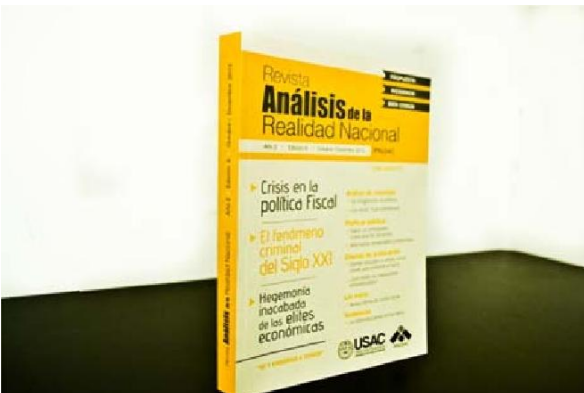
Cuarta edición i mpresa: (F oto: Fabricio Alonzo, j unio2014)



Quinta edición impresa: (Foto: Fabricio Alonzo, junio 2014)



Sexta edición impresa: (Foto: Fabricio Alonzo, junio 2014)



También cuenta con otro sitio web [www.revistaipnusac.org](http://www.revistaipnusac.org) donde se sube la revista impresa en su versión pdf para que la certificación de Latinex sea vigente, ya que ellos requieren que la revista estuviera desglosada por artículo y no como un pdf. Actualmente se encuentran trabajando para unificar este sitio en el [www.ipnusac.edu.gt](http://www.ipnusac.edu.gt)

**Distribución de la revista impresa:**



La revista impresa “Análisis de la realidad nacional” se distribuye a empujadas (37), librerías (3), medios de comunicación, colegios de profesionales (12), autoridades de la Universidad de San Carlos, otras universidades del país (11), ONG’s (60), centros regionales de la universidad de San Carlos (21), congreso de la república (158), Consejo Superior Universitario (44), Biblioteca USAC (50), G4, Jefes de área del IPNUSAC, la presidencia. La entrega de la revista se hace utilizando el servicio de mensajería de la universidad.



(Foto: Fabricio Alonzo, junio 2014)

### Redes sociales

La institución cuenta con una fanpage de **Face book** que actualmente cuenta con 739 likes además de tener una cuenta regular con 2,368 amigos. La cuenta de **Twitter** que tiene 500 seguidores. En ambas redes se comparten las publicaciones y se dan las últimas noticias respecto a la institución o de los analistas que cooperan en IPNUSAC. También se busca interacción con los seguidores para crear debates en ambas plataformas.



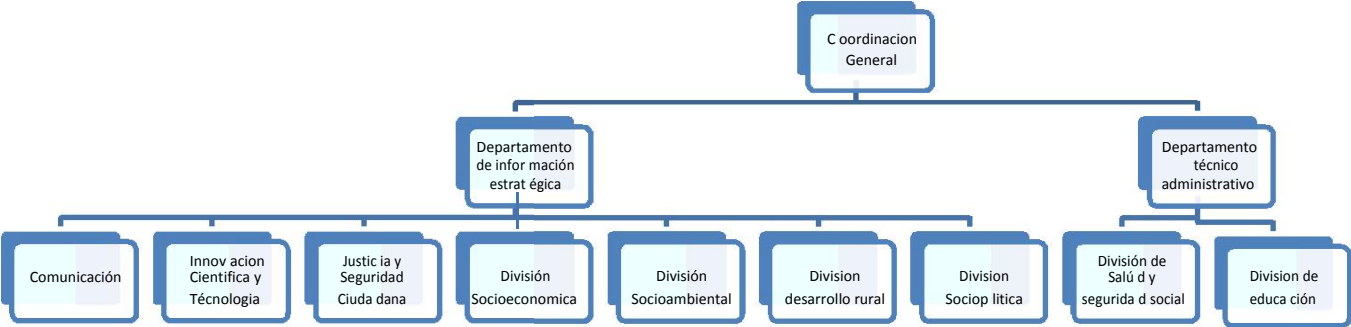
Canal de Youtube

Principalmente se pueden ver videos de las opiniones de los analistas de IPNUSAC respecto a los problemas nacionales, mismos que han sido realizadas por los diferentes medios televisivos de Guatemala.

**2.2 Marco filosófico**, como visión el Instituto de Análisis e investigación de los Problemas Nacionales de la Universidad de San Carlos de Guatemala, mediante la elaboración de estudios, investigaciones científicas y la formulación de propuestas, contribuye a que la Universidad cumpla con el mandato constitucional de cooperar en la solución de los problemas nacionales.

La visión del instituto de análisis e investigación de los problemas nacionales de la Universidad de San Carlos de Guatemala es el ente académico que contribuye eficaz, eficiente, técnica y permanentemente, a que la Universidad cumpla con el mandato constitucional e cooperar al estudio y solución de los problemas nacionales, para lograr la profundización de la democracia y el desarrollo integral del país, en un ambiente de libertad, seguridad y paz.

**2.3 Organigrama**



**3. Ficha descriptiva del Instituto de Problemas Nacionales de la Universidad de San Carlos**

**3.1 Fortalezas:**

Buena relación con medios de comunicación.

Eficiente método para medir impacto de medios.

Fuente fiable sobre análisis de realidad nacional.

Divulgación digital e impresa.

Presencia en redes sociales (Facebook y Twitter).

Presencia en columna de opinión elPeriodico.

Excelente dominio técnico de las materias abordadas: economía, política, sociología, educación, derecho, salud, etc.

Personal ampliamente calificado.

Creciente prestigio y legitimidad entre los lectores.

Alta calidad en revista impresa y digital, según el protocolo aprobado por LATindex, UNAM.

Excelente nivel de instalaciones materiales y equipo.

### **3.2 Oportunidades:**

Posibilidad de animar a los analistas a que utilicen las redes sociales para difundir la información del IPNUSAC.

Hacer una campaña informativa que involucre a los estudiantes de la universidad.

Creación de una plaza para un ilustrador.

Creación de una plaza para un reportero gráfico.

Creación de una plaza para un reportero web.

### **3.3 Debilidades**

Falta de protocolos actualizados para la redacción de los artículos.

Las redes sociales rinden por debajo de sus posibilidades.

Carencia de una campaña informativa para los estudiantes en general.

No existe plaza de fotógrafo, reportero web, ilustrador.

Falta de presupuesto para contratar personal que ayude a los jefes de área.

No se cubren algunas áreas de interés para la sociedad.

### **3.4 Amenazas:**

Inadecuada divulgación del trabajo a través de las redes sociales.

Débil relación con otros entes de la Universidad de San

Carlos. No tienen ningún espacio en la tele o radio USAC.

## **4. Metodología**

**4.1. Descripción del método,** para la realización del diagnóstico del IPNUSAC recabare información institucional de la página web, así como por

medio de entrevistas con los encargados y jefes de área del instituto, además haré una encuesta para los usuarios del instituto y estudiantes de la Universidad de San Carlos. La observación también forma parte importante de la metodología a utilizar para la realización del diagnóstico.

**4.2 Instrumentos**, la observación, entrevistas directas con los jefes de área. Entrevista con el coordinador del instituto. Encuestas para el público en general.

**4.3 Cronograma**

Febrero

Lu.	Ma.	Mi.	Ju.	Vi.	Sá.	Do.
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	Entrevista Luis Leal área de innovación científica10	Entrevista a Edgar Gutierrez coordinador general11	Entrevista Diana Herrera del área Administrativa12	13	14	15
16	Entrevista Magali Arrecis área socioambiental17	Entrevista a Carlos Martinez área de economía18	Entrevista Lizandro Cuna área de justicia19	Entrevista Rina Monroy área de comunicación20	21	22
23	Encuesta electrónica a estudiantes de la USAC24	25	26	27	28	29

## 5. Recopilación de datos

### 5.1 Ficha de las entrevistas:

**Tema de la entrevista:** Comunicación en IPNUSAC

**Fecha de la entrevista:** 10 de febrero de 2014

**Lugar:** Edificio S11 de la Universidad de San Carlos

**Nombre del entrevistado:** Luis Leal

**Puesto:** Jefe del área Innovación y tecnología

**Resumen:** comunicación interna buena, comunicación externa puede mejorar

**Medio en que es realizada:** pregunta/respuesta

**Tema de la entrevista:** Comunicación en IPNUSAC

**Fecha de la entrevista:** 11 de febrero de 2014

**Lugar:** Edificio S11 de la Universidad de San Carlos

**Nombre del entrevistado:** Edgar Gutierrez

**Puesto:** Coordinador general del IPNUSAC

**Resumen:** comunicación interna buena, comunicación externa puede mejorar

**Medio en que es realizada:** pregunta/respuesta

**Tema de la entrevista:** presupuesto en IPNUSAC

**Fecha de la entrevista:** 11 de febrero de 2014

**Lugar:** Edificio S11 de la Universidad de San Carlos

**Nombre del entrevistado:** Diana Herrera

**Puesto:** Coordinadora del área administrativa

**Resumen:** presupuesto en la institución y como es manejado

**Medio en que es realizada:** pregunta/respuesta

**Tema de la entrevista:** Comunicación en IPNUSAC

**Fecha de la entrevista:** 17 de febrero de 2014

**Lugar:** Edificio S11 de la Universidad de San Carlos

**Nombre del entrevistado:** Magali Arrecis

**Puesto:** Jefe del área socioambiental

**Resumen:** comunicación interna buena, comunicación externa puede mejorar

**Medio en que es realizada:** pregunta/respuesta

**Tema de la entrevista:** Comunicación en IPNUSAC

**Fecha de la entrevista:** 18 de febrero de 2014  
**Lugar:** Edificio S11 de la Universidad de San Carlos  
**Nombre del entrevistado:** Carlos Martínez  
**Puesto:** Jefe del área de economía  
**Resumen:** comunicación interna buena, comunicación externa puede mejorar  
**Medio en que es realizada:** pregunta/respuesta

**Tema de la entrevista:** Comunicación en IPNUSAC  
**Fecha de la entrevista:** 19 de febrero de 2014  
**Lugar:** Edificio S11 de la Universidad de San Carlos  
**Nombre del entrevistado:** Lizandro Cuña  
**Puesto:** Jefe del área de Justicia y seguridad ciudadana  
**Resumen:** comunicación interna buena, comunicación externa puede mejorar  
**Medio en que es realizada:** pregunta/respuesta

**Tema de la entrevista:** Comunicación en IPNUSAC  
**Fecha de la entrevista:** 20 de febrero de 2014  
**Lugar:** Edificio S11 de la Universidad de San Carlos  
**Nombre del entrevistado:** Rina Monroy  
**Puesto:** Jefe del área de comunicación  
**Resumen:** comunicación interna buena, comunicación externa puede mejorar  
**Medio en que es realizada:** pregunta/respuesta

## **5.2 Resultados de las entrevistas**

Luego de haber entrevistados a la mayoría de jefes de área de la institución IPNUSAC, puedo decir que la institución trabaja con los recursos que tiene y aprovecha los mismos para que la entidad funcione lo mejor que puede. Existen necesidades en las diferentes áreas del instituto pero debido al presupuesto que maneja no pueden contratar a más personas que ayudarían a fortalecer la institución. En cuanto a la comunicación interna, ellos trabajan bajo objetivos comunes y tienen fechas límites para la entrega de material de trabajo, utilizan intranet para comunicarse entre ellos. La comunicación externa es buena de igual forma pero tiene debilidades, donde se puede trabajar para que mejore y tenga más alcance.

## **5.3 Tablas comparativas puntos de encuentros y disensos entre los entrevistados**

<b>Magaly Arrecis</b> área <b>Socioambiental</b>	<b>Carlos Martínez</b> Área <b>Socioeconomica</b>	<b>Lizandro</b> <b>Acuña</b> Área de <b>justicia</b>	<b>Rina Monroy</b> <b>Comunicadora</b> <b>del IPNUSAC</b>	<b>Luis A. Leal</b> Área de <b>innovación</b> <b>tecnológica</b>	<b>Edgar</b> <b>Gutiérrez</b> <b>Coordinador</b> <b>general</b>
Como ve la relación de su área con las instituciones del estado? "Directa relación muy poca, coordinamos con algunas instituciones en temas puntuales, no es una comunicación permanente"	Como ve la relación de su área con las instituciones del estado? "Es limitada, me llaman de Diario de Centroamérica y TGW, a eso se resume mi relación con las instituciones del estado"	Como ve la relación de su área con las instituciones del estado? "IPNUSAC ha tenido proyección con instituciones del estado, se caracteriza por tener una incidencia en los problemas nacionales de forma imparcial"	Como ves las relaciones de IPNUSAC con las instituciones del estado? "Es de reconocimiento académico, hemos logrado que piense en el instituto para tener una opinión más valedera sobre alguna política institucional que se vaya a poner en funcionamiento en el gobierno o en alguna institución que no sea gubernamental"	Como ve la comunicación interna y externa del IPNUSAC? "Lo que más tenemos desarrollado es la com. Externa. Que la relación interna con los otros institutos de la universidad."	Como ve el funcionamiento del IPNUSAC? "A medida que el instituto tiene mejor coordinación con otros centros de investigación de la San Carlos y que se alimenta con estudios específicos se eleva la calidad de la opinión"

### 5.3 Graficas e interpretación de la encuesta a los estudiantes de la Universidad de San Carlos



## Conoce usted el Instituto de Problemas Nacionales de la Universidad de San Carlos de Guatemala (IPNUSAC)?

47 de 48 personas han respondido esta pregunta



Se encuestó a 51 estudiantes de las diferentes facultades y escuelas de la Universidad de San Carlos de Guatemala y como se puede ver en los resultados, el instituto no es conocido por la población de 190 mil estudiantes. La encuesta se realizó vía electrónica por las redes sociales, específicamente Facebook.

## 6. Radiografía del IPN USAC

**6.1 Descripción de la comunicación interna,** La comunicación interna dentro del IPN SAC se hace de diferentes formas, una es la reunión semanal el día martes, los analistas se reúnen para discutir temas que tienen que trabajar y metas a alcanzar en la semana. Todos los trabajadores del instituto se comunican directamente cara a cara, por correo electrónico y por teléfono. Los trabajadores según sus áreas tienen claro su trabajo y los objetivos que tienen que alcanzar, se calendarizan las fechas a entregar el trabajo para que todo esté coordinado con los demás departamentos. Si hay que realizar algún aviso a los trabajadores se realiza circulars que son dadas a los empleados directamente, en general el clima laboral de la institución es armonioso y amigable.

**6.1.1 Infraestructura,** el Instituto de Problemas Nacionales de la Universidad de San Carlos se ubica en la ciudad universitaria en el edificio S11 en las oficinas 100 y 103. En la oficina 100 se ubica el área administrativa de la institución que cuenta con:

Una sala de espera.

Recepción.

4 oficinas

Un comedor

Internet fijo e inalámbrico

En la oficina 103 cuenta con:

Área de recepción

1 Salón de reuniones equipada con sillas y mesas, televisión de 40" y proyector.

Oficina del coordinador

8 cubículos

Internet

alámbrico 1 sala

**6.1.2 Canales de comunicación interna**

Circulares

Reuniones Correo

electrónico

- 6.1.3 **Rumores**, el método empleado para determinar si los rumores están presentes en la institución fue la observación. Se determinó que si existen los rumores entre los trabajadores respecto a temas que no tienen que ver con el trabajo dentro de la institución.

**6.2 Comunicación Externa**

La comunicación externa del IPNUSAC tiene buena relación con los medios de comunicación en general y con instituciones gubernamentales y no gubernamentales. El instituto hace alianzas estratégicas con ellos para lograr un bien común, por un lado una noticia con una fuente académica y por el otro, se da a conocer el instituto mediante los analistas que laboran en el mismo.

La revista impresa "Análisis de la realidad nacional" se distribuye a embajadas (37) , librerías (3), medios de comunicación, colegios de profesionales (12), autoridades de la Universidad de San Carlos, otras universidades del país (11), ONG's (60), centros regionales de la universidad de San Carlos (21), congreso de la república (158), Consejo Superior Universitario (44), Biblioteca USAC (50), G4, Jefes de área del IPNUSAC, la presidencia. La entrega de la revista se hace utilizando el servicio de mensajería de la universidad.

**6.2.1 POA del año**

**PLAN OPERATIVO  
ANUAL 2014**

**Unidad Ejecutora:**  
RECTORIA

**Programa:**  
ADMINISTRACIÓ

N

**Plan:** Plan de  
Funcionamiento

**Subprograma:** Instituto de Análisis  
e Investigación de Problemas  
Nacionales

**Asignación** Q3,00  
**Presupues** 0,000.  
**tal:** 00

**Código**  
**Presupuestal:**  
4.8.01.4.01

**B.3.1 Fortalecimiento de las relaciones USAC- Estado, para el  
Linea cumplimiento de: a) La Constitución Política de la República de  
Estratégica Guatemala; b) Los Acuerdos de Paz; c) Otros acuerdos  
nacionales y regionales; d) Incidir en las Políticas Públicas.**

El CSU deberá promover el fortalecimiento de las relaciones de las relaciones  
entre la USAC y las distintas instituciones del Estado con **Descripció** los  
propósitos que indica la línea estratégica. Este fortalecimiento  
**n:** deberá darse inicialmente con la participación propositiva y  
socialmente comprometida de todos los representantes y  
designados que tiene la USAC en las distintas instancias.

Objetivos	Indica dores	Activi dade s	Ejecución				Metas	Resp onsa ble
			Primer Trimes tre (Ene/F eb/Mar )	Segund o Trimestr e (Abril/M ayo/Jun io)	Tercer Trimes tre (Jul/Ag o/Sep)	Cuarto Trimes tre (Oct/N ov/Dic)		
Fortalecer la imagen institucional para el posicionami ento del quehacer del IPNUSAC a gravés de los medios de	En 2014 se propo ndra un incre mento en la partici pació n de	Prom over por medio de espac ios de difusi ón a los analís tas en	X	x	x	x	85% de loso analíst as tengan presen cia en los medios de comuni cación.	Comu nicaci ón

comunicación.	los analistas de las diversas áreas del IPNU SAC en actividades programadas.	los medios de comunicación						
	Seguimiento o monitoreo de medios de comunicación para evaluar participación de analistas.	Retroalimentar el monitoreo con información de medios de comunicación sobre declaraciones de analistas.	x	x	x	x	80% con archivo documentado de declaraciones de los analistas del IPNUSAC en medios de comunicación	
	Creación de base de	Recopilación de inform	x	x	x	x	90% de registro de medios	

	datos de medios de comunicación social	ación para crear base de datos de medios de comunicación, con la revisión y contenido publicada.					de comunicación nacional incluidos en la base de datos.	
	Presencia en el 2014 en programas de opinión de medios de comunicación	Consolidar la presencia de analistas en los medios de comunicación a través de su presencia en temas de	X	x	x	x	75% de declaraciones de analistas sobre temas de coyuntura nacional e internacional.	

	coyun tura nacio nal e intern acion al.						
--	---	--	--	--	--	--	--

### 6.2.2 Campañas realizadas

Conferencias de prensa son muy pocas las que se realizan, ya que por lo general los medios de comunicación están en constante comunicación con el IPNUSAC. En esta área se realizan más mesas de diálogo, presentaciones de publicaciones, participación en mesas de dialogo de parte de los analistas de la institución.

**Eventos**

**OBSERVATORIO AMBIENTAL**

Universidad Rafael Landívar | FUSAC | USAC

**El Observatorio Ambiental de Guatemala**

se complace en invitarle al conversatorio

**Ley de Consulta Previa a Pueblos Indígenas: la experiencia peruana**

Fecha: 20 de febrero  
Hora: 16:00-18:00 horas  
Lugar: Hotel Princess, Salón Oxford (13 calle 7-65 zona 9)

www.oag.org.gt | RSVP: 2426-2626, ext 2657

**1er Foro de Educación para el cambio social**

**Material de Apoyo**

Tienen el agrado de invitarle al foro:

**"Claves para la transformación de los Sistemas Públicos de Salud y desafíos para Latinoamérica"**

14 de Noviembre de 2013  
De 8:30 a 12:30 horas  
Lugar: Casa Arizona, Salón Grandes Pintores, 11 calle esquina Avenida Reforma Zona 9

**Diplomado en Monitoreo y Evaluación de Políticas Públicas**

Prof. Dr. Reinhard Stockmann

Fecha: Viernes 21 de febrero de 2014  
Hora: 16:30 a 18:00 horas  
Lugar: Sala Mayas, Parasala Universitario, 2da avenida, 12-40, Zona 1, ciudad de Guatemala

### 6.2.3 Plan estratégico que se está ejecutando



### Agenda Estratégica de Seguimiento 2014

#### Definición del área

La actividad del IPNUSAC está ligada con la incidencia, por lo que es necesario promover a través de la comunicación dinámica y en algunos momentos de inmediatez el posicionamiento y su reconocimiento.

El área de comunicación proveerá de un espacio de acercamiento con grupos de interés para posicionar al IPNUSAC como un centro de conocimiento y análisis. Profundizar en la percepción que tienen del IPNUSAC divulgado estudios, investigaciones y propuestas para institucionalizarlo, dentro y fuera de esta casa de estudios.

### **Visión del área**

Divulgar los estudios, análisis y propuestas del IPNUSAC a través de medios escritos, televisivos, radiales y electrónicos; así como entre otras entidades académicas, de investigación, sociales, políticos, económicas, empresariales, formadores de opinión pública, líderes indígenas, agencias de cooperación internacional que le permitirán consolidar alianzas estratégicas.

### **Misión del área**

Es misión del área de comunicación, promover actividades presenciales y virtuales, que faciliten posicionamiento e incidencia interinstitucional, con la finalidad de promover debates, análisis, e interpretaciones, inspiradas en temas de interés nacional desde la generación de propuestas.

### **Objetivos estratégicos**

Contribuir al debate nacional e internacional sobre la relación entre análisis e investigación y políticas públicas.

Generar espacios de incidencia y vinculación del Instituto de los Problemas Nacionales dentro de la Universidad de San Carlos de Guatemala y en lo externo, para abrir espacios de reflexión, participación y promoción de las diferentes áreas de análisis.

Fomentar las relaciones académicas y alianzas estratégicas del Instituto de los Problemas Nacionales con organizaciones del ámbito nacional e internacional.



Promover el intercambio y la producción de conocimiento a través de participación en medios de comunicación, redes sociales, de investigación, políticas.

Generar conciencia en la sociedad sobre el rol del Estado y el cumplimiento de sus deberes con los ciudadanos que sea eficaz y logre la construcción de un desarrollo sustentable, equitativo y en paz.

## **Metas**

Generar canales de comunicación efectivos para trasladar la información que se genere en el IPNUSAC.

**Relación con medios:** Continuar con el fortalecimiento de convertir al Instituto en un referente de opinión en temas de actualidad. (Continuar con la atención a la prensa, participación con declaraciones de analistas en temas de coyuntura, conferencias de prensa, anuncios, pronunciamientos, participación en programas de opinión).

**Revista de Análisis de la Realidad Nacional:** Publicación quincenal del IPNUSAC con un enfoque plural e interdisciplinario, que aborda temas y procesos sociales que inciden en el desarrollo de Guatemala. Generadora de reflexión, diálogo y debate.

**Monitoreo de Medios** Síntesis quincenal de las principales publicaciones de los medios de comunicación del país.

**Retroalimentación de la página electrónica.** Material fotográfico, video gráfico, código IM, comunicados de prensa, documentos, links de publicaciones en medios de comunicación.

**Diplomado con periodistas:** Formación, información y relacionamiento, permitirá fortalecer la capacidad de los periodistas para la comprensión de la función de incidencia del IPNUSAC y la actualización sobre temas de interés general.

**Programa de Radio:** Con duración de una hora semanal, en Radio Universidad, para dar a conocer artículos, análisis y propuesta de la Revista.

**Base de Datos:** Listado de diferentes entidades para trasladar información y crear acercamiento con las mismas en la búsqueda de alianzas claves.

**Medición de Imagen:** Análisis semestral sobre presencia de medios en el IPNUSAC, para seguimiento en temas y mejora en acciones puntuales que se deriven del estudio.

**Imagen Institucional:** Institucionalizar la imagen gráfica del IPNUSAC (Identificación de logo en el edificio, impresión de material institucional, - afiches, carpeta, agenda estratégica, documentos de áreas, Memoria de Labores-.

### **Actividades principales:**

**Fuente de información permanente:** Atención a medios de comunicación.

### **Monitoreo de Medios:**

**Foros, desayunos o mesas redondas:** De acuerdo con la temática, se impulsarán encuentros periódicos de discusión y análisis propios del instituto. Adicionalmente, se propiciará la participación de especialistas del instituto en otros espacios académicos.

**Retroalimentación Página virtual:** Información de propuestas, investigaciones u opiniones del instituto.

**Periódico Universidad:** Colaboraciones de artículos de analistas del IPNUSAC.

**Reuniones con autoridades universitarias:** Preparación de material para entregar al CSU, Decanos y directores de centros regionales.

**Creación de base de datos de red de investigadores:** Se fomentará la interacción y la comunicación de doble vía con las instituciones universitarias o extrauniversitarias. (Ej. CONCIUSAC, Centros Universitarios, etc.).

(Procesos/productos)

**Recursos**

Tipo de recurso	Actividad	Observación
Humanos <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Comunicador/a</li> <li>▪ Diseñador</li> <li>▪ Webmaster</li> </ul>	Generar insumos para el fortalecer la presencia del IPNUSAC en el ámbito externo e interno.	Contratación Renglón 022 Apoyo EPS Solicitar contratación de un profesional
Impresiones Divulgación	Difusión	Retroalimentación Página Electrónica y Redes Sociales Impresión Revista Análisis de la Realidad Nacional Impresión de material gráfico para institucionalizar al IPNUSAC
Logística (alimentación, salón, facilitador, material de apoyo)	* Diplomado, *Desayunos *Conversatorios *Eventos/otros	Se debe contar con fondos para este tipo de actividades.

### **6.2.5 Presupuesto de comunicación para este año**

Según la coordinadora administrativa del IPNUSAC, Diana Herrera, el presupuesto asignado para la institución es de 3 millones de quetzales al año, mismo que fue aprobado por el consejo superior universitario. “En el tema de comunicación no hay un presupuesto específico designado a esa área”, dijo la coordinadora.

Dentro del IPNUSAC se encuentran 7 divisiones y en base a las actividades, el apoyo del área de comunicación que ellos requieran es de esa forma como se les asigna el presupuesto. Las actividades más comunes son las presentaciones de la revista “Análisis de la realidad nacional”, presentaciones de otras publicaciones que hace el IPNUSAC, diplomados, conferencias de prensa que se realizan ocasionalmente. En los últimos dos meses se invirtió 13 mil quetzales en el departamento de comunicación pero esta cifra varía según las actividades que realice el departamento.

Dentro de ese presupuesto se contempla el pago del comunicador de IPNUSAC, el diseño de la revista, el manejo de la página web, redes sociales y el monitoreo de medios que el instituto paga para llevar un control de cuantas veces aparecen en todos los medios de comunicación masiva. Vale la pena mencionar que aunque si existe un equipo de trabajo en el departamento de comunicación, solo la licenciada Rina Monroy es la que se encuentra físicamente en la institución, las demás personas o empresas que colaboran con el departamento son externas al instituto.

La revista impresa “Análisis de la realidad nacional” tiene una periodicidad trimestral, el precio de impresión por cada revista es de Q22 con un tiraje de 2500 revistas hace un total de Q55,000.00 por número de la revista.

## Infografía



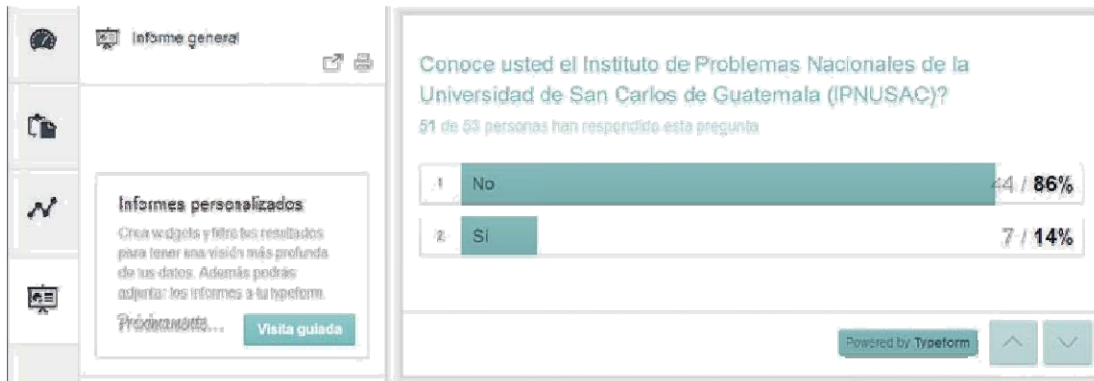
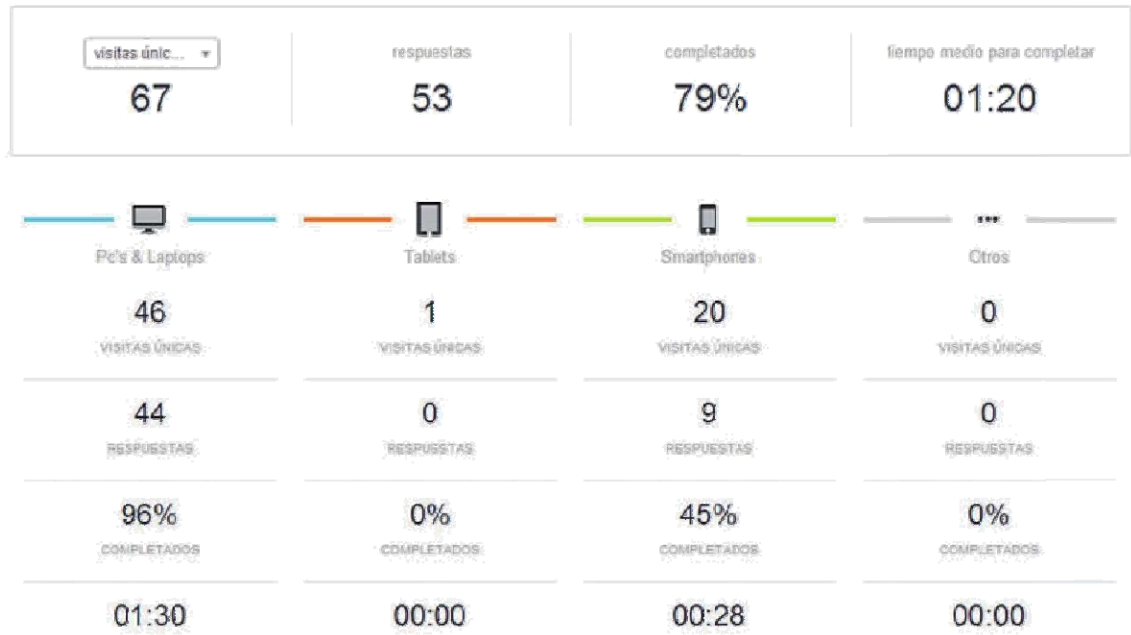
### 6.3 Modelo de la encuesta

1 → Conoce usted el Instituto de Problemas Nacionales de la Universidad de San Carlos de Guatemala (IPNUSAC)?

Sí

No

### 6.4 Validación de la encuesta



## **CAPITULO II**

### **PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN**

## 2.1 Antecedentes

El Instituto de Problemas Nacionales de la Universidad de San Carlos de Guatemala se encuentra ubicado en el edificio S11 dentro de la ciudad universitaria en la zona 12 de la capital, cuenta con un personal de 15 empleados hombres y mujeres laborando para la entidad.

Actualmente llevan más de cinco años de actividad siendo su principal función la generación de opinión pública a nivel nacional, la institución es la voz de la Universidad de San Carlos. Hasta el momento su comunicación ha sido limitada llevando a cabo prácticas en todos los canales adecuados pero no han sido utilizados en su máxima capacidad.

Estos son algunos de los medios de comunicación donde aparecieron en el mes de noviembre:

No.	Fecha	Medio	Nombre publicación	Persona que dio declaraciones
<b>MES DE NOVIEMBRE</b>				
1	01/11/2013	Revista Crónica	Los tentáculos del narcotráfico	Dr. Edgar Gutiérrez
2	03/11/2013	El Periódico	Una mirada a la economía en 2013	IPNUSAC
3	04/11/2013	La Hora	ntos entre diputados persisten sin present	Lic. Cristhians Castillo
4	05/11/2013	Siglo 21	e precios de CBA casi triplica porcentaje i	Lic. Carlos Martínez
5	05/11/2013	Radio Punto		Lic. Carlos Martínez
6	05/11/2013	Siglo 21	Pensando en el rumbo de 2014	Lic. Carlos Martínez
7	05/11/2013	La Hora	entan estudio sobre despenalización de dr	IPNUSAC
8	06/11/2013	El Periódico	Los 51 notables	Dr. Edgar Gutiérrez
9	06/11/2013	El Periódico	CIG apoyará investigaciones en las aduan	Dr. Edgar Gutiérrez
10	07/11/2013	Prensa Libre	CGC efectuará dos auditorías	Lic. Carlos Martínez
11	07/11/2013	Prensa Libre	gob ahorra Q30 millones en compra de ar	Lic. Diego Montenegro
12	07/11/2013	La Hora	cación de decreto que elimina los servicio	IPNUSAC
13	07/11/2013	Telediario	nación adquirirá armas por acuerdo de exc	Lic. Lizandro Acuña
14	08/11/2013	Siglo 21	Aumenta déficit comercial del país	Lic. Carlos Martínez
15	09/11/2013	La Hora	nalistas abogan por leyes de transparenci	Lic. Cristhians Castillo

## 2.2 Objetivos



## **De negocio**

El Instituto de Problemas Nacionales de la Universidad de San Carlos (IPNUSAC) tiene como objetivo ser una fuente confiable y permanente de información para los medios de comunicación y por consiguiente para la población en general. Aportando análisis que brinden soluciones a la problemática nacional en el país.

El plan de comunicación que propongo pretende hacer eco de las funciones que realiza el IPNUSAC como la voz institucional de la Universidad de San Carlos. Mediante la realización de spots publicitarios de la revista digital e impresa que se difundirán en las redes sociales del instituto, de igual forma la creación de un video institucional que le dará mayor fuerza y prestigio a la institución.

## **De marketing**

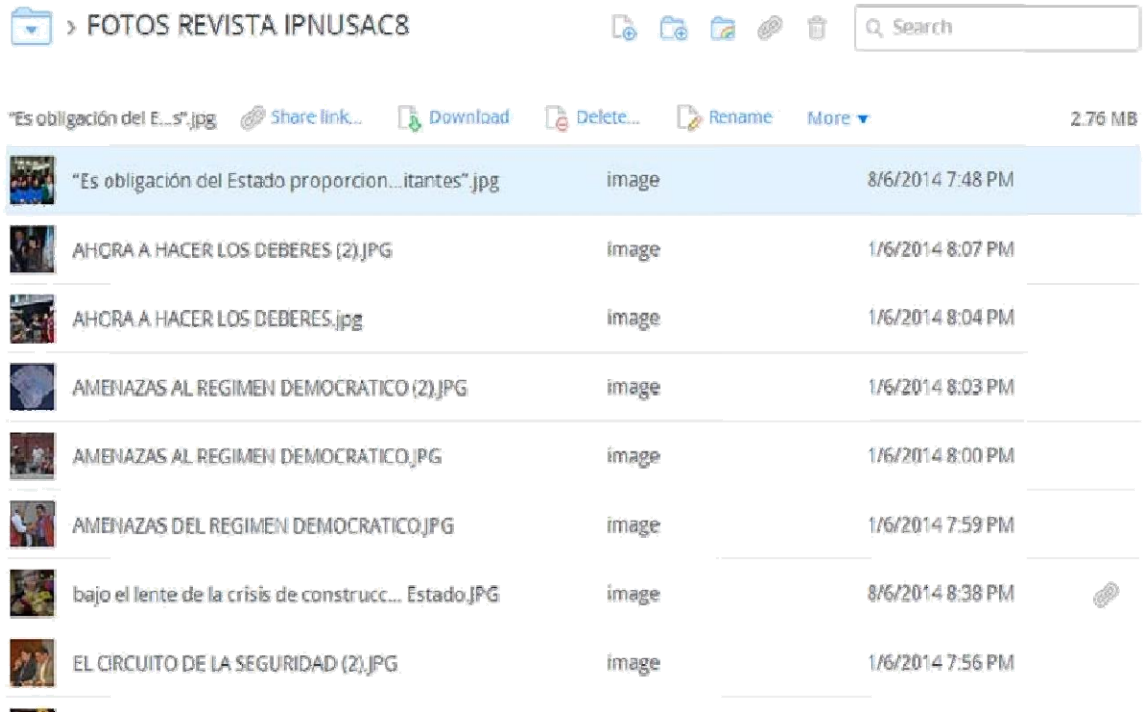
Como objetivo de marketing la empresa marca los siguientes:

- Lograr una penetración mayor en todos los medios de comunicación.
- Generar análisis investigativos de gran calidad.
- Hacer alianzas estratégicas con organismos del estado u otros para la impulsión de nuevas leyes y proyectos que beneficien al país,

## **De comunicación**

Dentro de los objetivos de comunicación destacan los siguientes:

- Generar conocimiento y notoriedad en los medios de comunicación nacional e internacional.
- Posicionar la imagen de sus publicaciones a nivel nacional.
- Conectar con el público objetivo a través de un mensaje intelectual.
- Fomentar el dialogo entre entidades universitaria y extra universitarias.



### 2.3 Público objetivo

El público objetivo son personas que consumen en medios de comunicación pero específicamente está dirigido a personas o instituciones académicas que se interesan en ahondar más en la temática de problemas nacionales del país, ya que la institución pretende profundizar en el por qué de la situación actual del país, no solo informar lo que sucede sino el trasfondo que hay detrás esto y proponer soluciones.

### 2.4 Mensaje

La reflexión y propuesta de solución de los problemas nacionales, incluyendo la utilización del derecho que tiene la USAC de presentar ante el Congreso iniciativas de ley.

### 2.5 Estrategia

La creación de material video gráfico para la página web de la institución donde se exponga de manera concisa las funciones de la Institución para que el público en

generales y medios de comunicación entiendan la función del Instituto. De igual forma apoyar en la creación de un archivo fotográfico para la utilización de las mismas en ediciones de la revista impresa y digital.



Imagen del spot publicitario trabajado en el E.P. S

## 2.6 Planes de comunicación

### Comunicación corporativa

Diferenciación del resto de institutos de analistas especializados del país a través de la potenciación de la identidad corporativa y el posicionamiento.

### Acciones

- Desarrollo de material video gráfico institucional.

- Creación de contenido multimedia para promoción del Instituto.

### Comunicación externa

Se va a desarrollar y poner en marcha la ejecución de videos corporativos del instituto para dejar un referente de lo que es la institución y que sean utilizados por la entidad para su promoción.

En detalle se realizara un video institucional que muestre las instalaciones de la entidad así como varias entrevistas con los directivos donde comenten como nace el instituto y cuáles son sus principales funciones.

Además se realizará otro video que promueva la revista Análisis de la Realidad Nacional, principal producto del Instituto, para promoverlos en las redes sociales y página de Internet.

### **Estrategias de marketing**

Debido a que el Instituto es parte de la Universidad de San Carlos de Guatemala es una entidad sin fines de lucro, ellos trabajan con el dinero designado por el Consejo Superior Universitario para su funcionamiento. En ese sentido lo más importante para el Instituto es llegar al máximo de personas posibles del país y lograr alianzas estratégicas con otras instituciones para poder realizar trabajos en conjunto que beneficien al país.

### **Estrategia de publicidad**

Se empleara una estrategia Above the line con el empleo de medios de comunicación convencionales, en este caso las redes sociales y la página de internet de la Institución.

## **2.7 Calendario**

### MAYO

L	M	M	J	V	S	D
	6 inicio de grabaciones para videos institucional	7 continua grabaciones	1 8 continua grabaciones	9 continua grabaciones		
12 continua grabaciones	13 finaliza grabaciones					
	27 entrega de videos institucionales					

### JUNIO

L	M	M	J	V	S	D
2 promoción de material multimedia	3 apoyo en toma de fotografías					
9 control y seguimiento de la estrategia						
16 control y seguimiento de la estrategia						
30 realización de informe						

## 2.8 Presupuesto

Para el desarrollo de los videos no se necesitara un presupuesto debido que este será mi aporte como profesional de la comunicación, cuento con el equipo y la experiencia para realizar el trabajo. De igual forma las campanas que realizare en internet no necesitaran dinero para su ejecución.

Sin embargo se realizaran dos videos promocionales de 30 segundos cada uno, que tendrían el costo de Q2000 por cada uno.

El video institucional se tiene pensado que tiene la duración de 3 minutos por el cual se cobraría la cantidad de Q5000.

La toma de fotografías e informe que se realiza por cada evento tiene el costo de Q1200 por actividad.

## 2.9 Control y seguimiento

Luego de haber ejecutado la estrategia de comunicación llevare un control sobre el impacto que tuvieron las acciones que realice durante mi estadía en la Institución analizando si fueron de beneficio o no.

Mediante la evaluación y control final estableceré los resultados obtenidos al concluir totalmente el plan propuesto para poder realizar conclusiones que sirvan de base para la elaboración de un nuevo plan estratégico de ser necesario.

Haciendo mediciones periódicas con el propósito de revisar y verificar el cumplimiento de los objetivos previstos se constituirán las condiciones fundamentales para garantizar la efectividad del plan de comunicación.

De igual forma la Licenciada Floralba supervisara mi trabajo en la institución como parte del seguimiento que la Escuela de Ciencias de la Comunicación realiza durante la realización del EPS.

**CAPITULO III**  
**PRACTICA SUPERVISADA**

## **Informe descriptivo de las actividades desarrolladas durante el EPS:**

Desde la primera semana de mayo del presente año continúe desarrollando mis labores de apoyo al departamento de comunicación, en este caso apoyando la Revista de Análisis de la Realidad Nacional (RARN) en su octava publicación impresa, para esto mi supervisora me entrego un listado de temas que se habían publicado en la revista digital de meses anteriores para que yo pudiera empezar a realizar la toma de fotografías correspondientes a cada tema.

Durante el mes de mayo estuve cubriendo los temas políticos, sociales, económicos y ambientales que se desarrollaban en el contexto de la sociedad guatemalteca, con el objetivo de realizar las fotografías que ilustrarían los temas asignados.

También empecé a desarrollar el guion del video promocional de la revista digital RARN para la realización posterior de un video para las redes sociales del Instituto. De igual forma empecé a trabajar en mi propuesta de guion para el video Institucional de IPNUSAC.

Además de esto cuando el instituto realizaba alguna actividad como presentación de un libro, participación en un foro, conversatorio o panel de las diferentes áreas que el instituto cubre, me hacía presenta a realizar toma de fotografías y nota periodística que se utilizarían en la revista digital y pagina web de la institución.

Durante mi estadía en dicha entidad realice un banco de fotografías que fueron utilizadas en página web [www.ipn.usac.edu.gt](http://www.ipn.usac.edu.gt) , la revista digital RARN e impresa de mismo nombre, estas también fueron utilizadas en afiches de la institución que promocionaban cursos y diplomados que IPNUSAC realiza para la capacitación de funcionarios públicos.

Para finales del mes de mayo hice la entrega de las fotografías que serían utilizadas en la revista RARN en su versión impresa, también presente los dos guiones en los que estuve trabajando para su aprobación o realizar los cambios oportunos.

La licenciada Rina Monroy encargada del área de comunicación realizó varias correcciones al guion presentado, mismas que trabajamos en conjunto para luego autorizar que continuara trabajando con el siguiente paso que sería la ejecución del guion para la realización del video publicitario de la revista RARN y el video institucional.

Durante el mes de junio y julio continúe trabajando en las áreas de fotografía, video y reporte para IPNUSAC, mismas que realice la mayoría de días de la semana. En este tema puedo decir que se mejoró la calidad del trabajo fotográfico



de la revista y se aprovecharon las fotografías que le dan un realce a los temas que se tratan en la misma.

El video publicitario de la revista se entregó recientemente a principios del mes de agosto y todavía está pendiente de su evaluación, de parte de los encargados de mi supervisión quedaron satisfechos con mi labor con los videos que vendrán a ayudar y resaltar el nombre de la institución dentro de los canales correspondientes.

A continuación los anexos de lo realizado durante mi participación como Licenciado en Ciencias de la Comunicación en el Instituto de Problemas Nacionales de la Universidad de San Carlos de Guatemala (IPNUSAC).



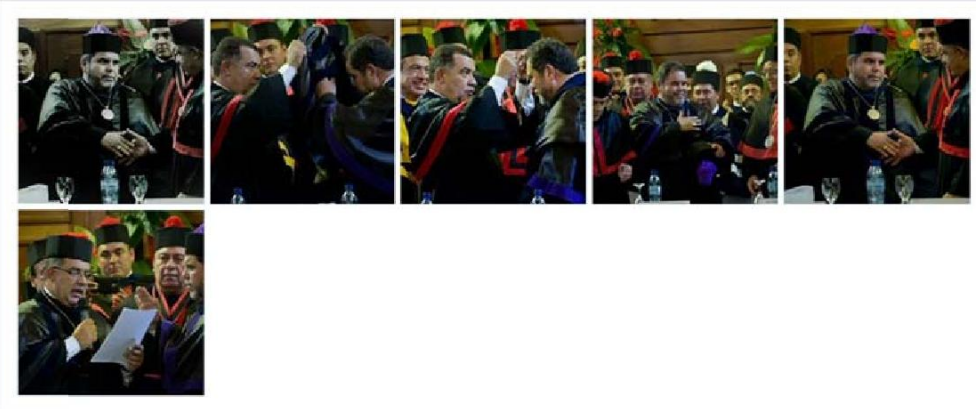
Fotos actividad Ipnusac despedida de Rector Estuardo Gal vez y bienvenida a Carlos Alvarado antes de la toma de posesión. ( Fotos Fab ricio Alonz )

Desayuno con Ex Rector de la US AC, Estuardo Gálvez y junta directiva del IPNUSAC, también contó con la presencia del nuevo rector Carlos Alvarado.



Fotos para la edición impresa N.8 de la Revista Análisis e la Realidad Nacional (RARN), Fotos Fabricio Alonzo.

TOMA DE POSESION



Toma de posesión del nuevo rector Carlos Alvarado Cerezo



Fotos para la revista impresa RARN edición 7 (Fotos Fabricio Alonzo)



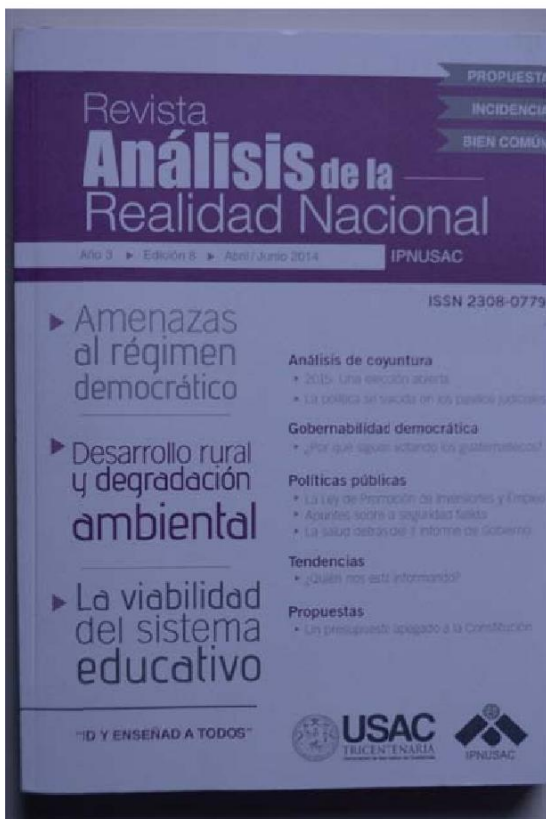


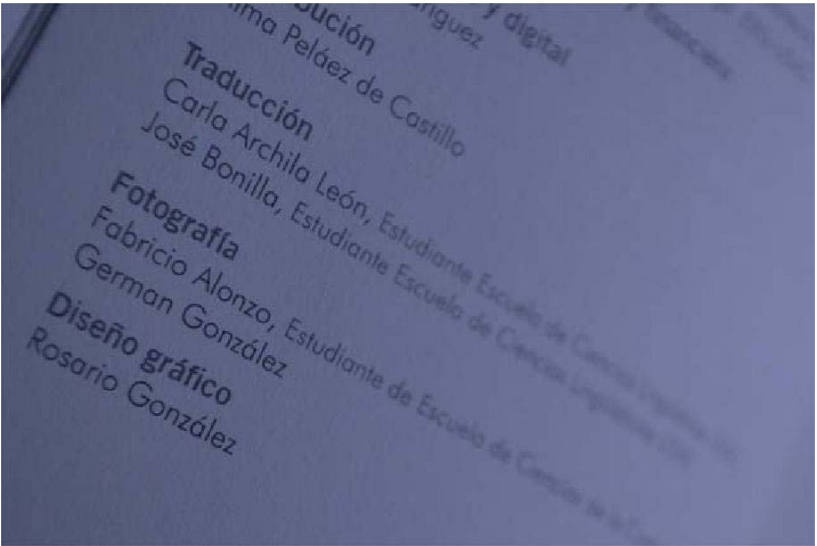
Visita de supervisión: Lic. F. Ioralba y Lic. Rina M.



Foto entregando video promocional institucional trabajado durante la ejecución de mi plan de comunicación a la Lic. Rina Monroy:

Fotos donde participe en la colaboración de notas y fotografías:





**CAPITULO IV**  
**CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

## **Evaluación del plan de comunicación**

Luego de haber ejecutado el plan de comunicación que propuse desarrollar en el Instituto de Problemas Nacionales de la Universidad de San Carlos (IPNUSAC), es momento de evaluar los resultados de la propuesta que se detalla en el capítulo dos de este trabajo de Ejercicio Profesional Supervisado (EPS).

Tomando en cuenta que el objetivo de la institución es ser una fuente confiable y permanente de información para los medios de comunicación masivos de prensa escrita, radio y televisión. Luego de haber realizado una encuesta electrónica con estudiantes y egresados de la universidad, se evidencio que el Ipnusac no es muy conocido.

Mi plan de comunicación pretendía realizar un eco de las funciones que realiza el IPNUSAC como voz institucional de la Universidad de San Carlos, mediante la realización de spots publicitarios de la revista Análisis de la Realidad Nacional (RARN) y un video institucional que le diera mayor fuerza y prestigio a la institución.

Al final de mis practicas entregue los videos que había propuesto en mi plan de comunicación, lastimosamente, la persona que estaba a mi cargo nunca estaba satisfecha con los productos finales, la Licda. Rina Monroy pidió cambios al producto entregado y hasta este momento esos cambios se quedaron en espera debido a que mi tiempo de práctica ya había terminado.

Basado en lo expuesto en el párrafo anterior los videos que presente a Ipnusac no funcionaron, esto no porque estuvieran mal hechos o no fueran profesionales, sino más bien por pequeños cambios que pedían las autoridades como quitar algunas imágenes, poner otras.

Por consiguiente los videos promocional e institucional nunca llegaron a ser vistos por el público del IPNUSAC, la idea era que estos videos pudieran ser publicados en las redes sociales y en la página web de la institución para que se intentaran viralizaran pero como ya mencione, lamentablemente estos videos nunca llegaron a ser vistos por la audiencia.

Para la realización del material video grafico primero se realizó el guion del video el cual fue aprobado por mi encargada la Licenciada Rina Monroy, luego de la aprobación del video empecé a realizar las tomas de video que le darían vida al producto final. Luego el tercer paso consistió en la edición del video que se realizó con el programa de edición Adobe Premier y Adobe Aftereffects .

**Estrategia de publicidad**, en el plan de comunicación había mencionado realizar una estrategia Above the line con el empleo de medios de comunicación



convencionales, en este caso las redes sociales y la página de internet de la institución. El producto final que entregue no recibió la aprobación de mi encargada de EPS, razón por la cual no fueron publicados en las redes sociales, no se logró la evaluación y evaluar si generaron algún impacto en la audiencia.

**Revista Análisis de la Realidad Nacional (RARN)**, es una publicación quincenal en formato digital y trimestral en formato impreso, en ambas publicaciones participe apoyando el área de comunicación que es la que nos compete.

En la revista RARN versión digital me delegaron la tarea de cubrir los eventos que se realizaron en el IPNUSAC durante mi estadía, esto consistía en toma de fotografías de las actividades y realización de notas sobre los mismo, de igual forma me encargue de la sección “Legado” donde se publicaba una entrevista a profesionales de la USAC que fueran un ejemplo para todos los estudiantes y egresados de la universidad, realice varias entrevistas a los profesionales y fueron publicadas en la revista. Las fotos y textos eran utilizados en la revista y pagina web de la institución.

La RARN en versión impresa me encargue del trabajo de fotografía, estuve a cargo de tres ediciones de esta publicación impresa, realizando un banco de fotografías que entregue a la institución, las fotos que done a IPNUSAC también fueron utilizadas en material promocional de la institución.

Cabe mencionar que la revista por ser de carácter científica, la parte visual no es algo que les interese explotar, esto debido a que no tienen considerado tener a alguien encargado de esta área ya que prefieren bajar fotos de internet. Creo no le dan el valor apropiado a este elemento tan importante en una revista.

Los contenidos de la revista son muy interesantes y aportan a la resolución de problemas de interés nacional, es tan bueno su trabajo que varios analistas que escriben para la revista participan en gabinetes de Estado y son consultados y considerados para abordar alguna temática de interés.

De manera general puedo decir que en IPNUSAC existe mucho trabajo que hacer para un comunicador y pocas personas que lo puedan realizar, existen muchas áreas de oportunidad en las que se pueden mejorar las cosas, pero aunque Yo como Licenciado en Ciencias de la Comunicación me hubiera gustado cambiar varias cosas de la revista impresa, como el diseño y la utilización de las fotografías; esto no lo pude realizar.

La evaluación de mi intervención en la revista impresa en lo personal puedo decir que mejoró ligeramente y si se notó la utilización de las fotografías ya que las ediciones anteriores utilizaban fotografía pero muy pocas y algunas no eran

propias de la institución, en ese sentido puedo decir que si hay una diferencia en las publicaciones donde participe y en las que no.

También debido a esto creo que la editora de la revista Lic. Rina Monroy se dio cuenta de la importancia de la fotografía en un medio de comunicación y una revista como la que ella maneja, ella quedó satisfecha con el apoyo brindado durante los meses que estuve realizando mi EPS.

En general el proceso de la realización del EPS en el Ipnusac fue de mucho trabajo y aprendizaje, no se lograron los objetivos por falta de tiempo, pero se logró apoyar a la institución para fortalecer su prestigio.

### **Conclusiones y Recomendaciones**

Las conclusiones a las que llegue sobre todo el proceso del Ejercicio de Profesional Supervisado es que es muy valioso que los estudiantes de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación puedan realizarlo ya sea en el lugar donde trabajan o en alguna otra institución; uno pone en práctica todo lo que se ha visto en el técnico y en la Licenciatura, se pone a prueba nuestro conocimiento y la capacidad de realizar un trabajo profesional.

Es un último paso para poder obtener el título y la terminación de un ciclo que nos permite empezar uno nuevo. El EPS para mí fue un proceso largo que pudimos haber realizado en menos tiempo ya que son solo 300 horas las que los estudiantes somos evaluados, sin embargo se necesita más tiempo para realizar el diagnóstico y plan de comunicación, creo que si hubiéramos sido asesorados de una mejor forma el trabajo se pudo haber terminado en menos tiempo.

Realizar el EPS fue un trabajo difícil debido a que uno quisiera cambiar las estructuras de las empresas y realizar algo nuevo pero no está sencillo, uno tiene que luchar y demostrar que somos profesionales para ganar la confianza de las autoridades, además de que se cuenta con relativamente poco tiempo para lograr realizar los proyectos de comunicación.

Llego a la conclusión que los departamentos de comunicación en las empresas no son la prioridad, pero si existe bastante trabajo que realizar en las empresas y es aquí donde los comunicadores debemos sobresalir para cambiar la opinión de los jefes y hacerles ver que un buen departamento de comunicación puede hacer la diferencia en su empresa.

Al Instituto de Problemas Nacionales de la Universidad de San Carlos solo recomendaría fortalecer el departamento de comunicación que se pudiera ampliar

el equipo a tres personas como mínimo para poder atender todas las necesidades que tiene el departamento.

A los catedráticos de la Escuela de Ciencias de la Comunicación se les exhorta a seguir especializándose para poder instruir bien a las nuevas generaciones que necesitan de las herramientas para poder entrar a competir en un mercado laboral muy reducido, donde las oportunidades son contadas y tenemos que aprovecharlas.

Algo que pienso que es muy importante es la actualización del pensum de la licenciatura, esto debido a que la tecnología es de gran relevancia en nuestra carrera y es importante que los alumnos de la ECC puedan tener acceso a los programas que se utilizan para la difusión y realización de contenido en las plataformas virtuales que son de vital importancia en la actualidad.

A todos los compañeros que estudian la carrera de comunicación los exhorto a realizar con pasión nuestro trabajo ya que esto fue lo que decidimos estudiar sin saber a lo que nos metíamos y terminamos enamorándonos de la carrera que se realiza con mucha pasión y esfuerzo.

## Referencias bibliográficas

Cómo elaborar el plan de comunicación. Manuales prácticos de la PYME.

Fase diagnóstico Ppt. Escuela de Ciencias de la Comunicación, USAC. Licenciado Sergio Morataya, 2014.

Diagnóstico de Comunicación Interna y Plan de comunicación: Instrumentos de participación en el proceso de cambio. Experiencia de la UPAEP (Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla).

el diagnóstico de comunicación: gestor del cambio

Mercedes Charles Septiembre de 1991

Diagnóstico de comunicaciones fondo de empleados grupo éxito presente. MELISSA BERNAL TAMAYO corporación universitaria lasallista facultad de ciencias sociales y educación comunicación y periodismo caldas, Antioquia 2011

Sistematización y fortalecimiento de la comunicación interna en la oficina de Comunicación e Información de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala. Informe Final del Ejercicio Profesional Supervisado. Mary Elizabeth García Barrera. Guatemala, Noviembre 2012

“Diagnóstico y Propuesta de Comunicación Organizacional en la Escuela Oficial Rural Mixta No. 590 “La Ceiba” Jornada Matutina. Trabajo de tesis presentado por Marlene Esther Colindres Jiménez. Guatemala, mayo de 2013

## Anexos

### Transcripción completa de las entrevistas

**Magaly Arrecis** responsable del área socio ambiental y desarrollo rural de IPNUSAC

¿Cómo es el proceso de comunicación con el rector de la universidad?

Esa dependencia es directamente relacionada con la rectoría y la persona que nos vincula es nuestro coordinador el licenciado Gutierrez.

¿Cómo ve la relación de IPNUSAC con las instituciones del estado?

En el área donde yo me desempeño no tenemos directa comunicación, solo coordinamos con algunas instituciones en temas puntuales, no es una comunicación permanente, solo para determinados temas. A veces estamos en contra de las acciones que ellos están desarrollando, solemos emitir opiniones para que prevalezca la justicia y el marco jurídico que hay en el país que esta dado por la constitución.

¿Cómo cree usted que ve la población estudiantil de la universidad de San Carlos a IPNUSAC?

Mi percepción es que hay un grupo de personas que ya nos identifica porque el instituto es relativamente joven de 2009 a la actualidad, mi apreciación es que nos observan y prestan atención a lo que nosotros estamos opinando, espero que sea bien recibido, mis únicos verificadores de que haya alguna percepción por parte de la población, podría ser los profesionales, docentes, investigadores, son personas que están siguiéndonos en Facebook que ya son más de 700 seguidores y eso me parece importante, además de la demanda que ha tenido la revista.

¿Qué revista impresa es la que ha tenido más trascendencia?

No sabría decirle, creo que tiene que ver con el tema de coyuntura que aborde y no sé si eso lo están viendo mis compañeros.

¿De todos los canales de difusión de IPNUSAC cuál cree usted que es el más efectivo?

Creo que la página web porque muchas personas todavía se resisten a tener Facebook, la página web es libre y cualquier persona lo puede visitar, este sería el medio más dinámico.

¿Cuál es el público objetivo de IPNUSAC?

La población en general de Guatemala, podríamos decir que tenemos un público general diverso que es de distintas elites, grupo étnico y todas esas diversidades que tenemos. También tenemos grupos metas específicos como los diputados y políticos involucrados en el actuar nacional en los que quisiéramos estar incidiendo, depende del sector de cada tema.

¿Cómo ve la cobertura de los medios a IPNUSAC?

En general me parece que nos cubren, depende del tema también y el medio de comunicación. Entonces eso es relativo pero en general me parece buena y siempre está el problema de lo que se diga en una entrevista de 20 minutos solo aparecerán 20 segundos.

**Carlos Anibal Martinez** del área socio económica

¿Cómo es el proceso de comunicación con el rector de la universidad?

No hay una relación directa con él, es una relación institucional a través del coordinador del instituto.

¿Cómo ve la relación de IPNUSAC con las instituciones del estado?

Es bastante limitada, yo me relaciono con 3 instituciones, recientemente con el ministerio de finanzas y algunos medios gubernamentales.

¿Cómo cree que ve la población estudiantil a IPNUSAC?

Creo que los estudiantes están centrados en sus preocupaciones estudiantiles y conocen muy poco de la estructura de toda la universidad. El conocimiento sobre el instituto es bastante limitado. Me han llamado para alguna entrevista de trabajos de investigación que ellos tienen de una o dos facultades. A eso se reduce los contactos que hemos tenido.

De las revistas impresas, ¿cuál cree usted que es la edición que ha tenido más trascendencia?

Es algo difícil de decir porque habría que ver cuál es el tipo de importancia pero desde mi punto de vista la primera revista tuvo un impacto importante porque se

dio a conocer públicamente a la sociedad intelectual, seguidamente las revistas han ido tomando más formalidad académica y cosecharon el impacto que habían tenido las anteriores. La revista como producto investigación ha ido creciendo, no podría decir si alguna edición fue más importante que otra.

De todos los canales de difusión que tiene IPNUSAC, ¿cuál cree usted que es el más efectivo?

Para algunas áreas la televisión es importante, para otras la prensa o la radio. Desde el punto de vista de mi área donde hemos tenido más impacto es en los medios de comunicación escritos.

¿Cuál es el público objetivo de IPNUSAC?

Políticos, funcionarios de estado, investigadores, estudiantes tomadores de decisiones.

**Lizandro Acuna** del área de justicia y seguridad ciudadana de IPNUSAC

¿Cómo es el proceso de comunicación con el rector de la universidad?

Tenemos una relación positiva, hemos trabajado en agrupaciones de mucha confiabilidad con el rector y hemos tenido el apoyo del doctor Estuardo Galvez en relación al apoyo que se le da al instituto, se nos ha proporcionado los recursos correspondientes haciendo que nuestro trabajo sea más eficiente.

¿Cómo ve la relación de IPNUSAC con las instituciones del estado?

IPNUSAC es una institución que ha tenido bastante proyección con instituciones del estado, se han trabajado proyectos muy importante se han tocado asuntos que van en beneficios de la sociedad, IPNUSAC se caracteriza por tener una incidencia en los problemas nacionales y así mismo actúa de forma imparcial, lo que quiere decir es que se vela principalmente por la facultad constitucional que delega nuestra carta magna a la universidad de San Carlos de Guatemala y en ese sentido hemos dado seguimiento y creo que hemos llenado las expectativas en trabajos de investigación para ir mejorando de alguna forma los problemas que a diario enfrenta nuestro país.

¿Cómo cree usted que ve la población estudiantil de la universidad de San Carlos a IPNUSAC?

Hemos tenido la oportunidad de trabajar con epesistas y practicantes, tenemos muy buenos trabajos. Han demostrado la capacidad que tienen y contribuido al IPNUSAC y de igual forma hemos ayudado a desarrollar a los profesionales.

¿Qué revista impresa es la que ha tenido más trascendencia?

Todo principio se va perfeccionando y los contenidos se han ido reforzando, de tal modo se ha fortalecido la revista. En todas las ediciones hay artículos y análisis de coyuntura que vienen a contribuir a los problemas que se viven en el país.

De todos los canales de difusión de IPNUSAC ¿cuál cree usted que es el más efectivo?

En este sentido considero que la investigación es uno de los fuertes del instituto, la revista es otro medio de difusión que ha logrado acaparar la atención de la sociedad guatemalteca, son trabajos académicos con un nivel alto en su elaboración. Otra proyección donde el instituto se ha dado a conocer es a través de los medios de comunicación donde se ha expresado lo que académicamente se piensa de los problemas actuales. Esos serían los entes que han ayudado a fortalecer la institución y nuestra casa de estudios.

¿Cuál es el público objetivo de IPNUSAC?

En primer lugar dar a conocer a la sociedad el deber que constitucionalmente tiene la USAC y también tratar todos los temas relativos a los problemas que se están suscitando actualmente en la sociedad, entonces considero que una de las principales funciones es la incidencia que tiene nuestra universidad de dar seguimiento a los temas de relevancia en la educación, seguridad, política, entre otros.

¿Cómo ve la cobertura de los medios a IPNUSAC?

Hemos tenido una cobertura bastante aceptable en los diferentes medios de comunicación. Se ha tenido una presencia muy alta de parte del instituto. Esto evidencia el esfuerzo de cada uno de los profesionales de la institución, siempre cada día se está al tanto de los problemas que están pasando y cada día se está aportando acciones positivas que van focalizadas a encaminar el futuro del país. Se ha tenido esa credibilidad que se vuelve un compromiso para nosotros de mejorar la cobertura y lo que aportamos a la sociedad guatemalteca.

**Rina Monroy**, comunicadora de IPNUSAC

¿Cuáles son tus funciones como comunicadora de la institución?

Realizar una estrategia de comunicación para diferentes actores que tenemos, el público interno y externo. En el externo tenemos a la sociedad civil, medios de comunicación y cuerpo diplomático. En el interno tenemos al CSU, colegios profesionales y los estudiantes. A parte la estrategia de comunicación, la



presencia en los medios de comunicación y la imagen institucional. Estamos tratando de definir **propuesta incidencia y bien común** como eslogan del instituto. Soy la encargada de la compilación de artículos de la revista y la presencia de mantener la certificación internacional de Latinex como revista académica.

Soy la encargada de la comunicación social y en el área de diagramación y la página web nos apoyan personas externas a la institución.

¿Cuál es la línea editorial que tiene la revista?

Somos una revista académica y de libertad de cátedra, lo que implica que no tenemos ideología establecida, todo el mundo tiene la posibilidad de escribir.

¿Cómo es el proceso de comunicación con el rector de la universidad?

Hay dos hechos, si el señor rector está interesado que se toque un tema específico por la experiencia del jefe de área, se comunica directamente con él y se lo hace saber, sin necesidad de establecer una relación intermedia por medio del coordinador general y si no es así nos reunimos semanalmente para hablar sobre temas de coyuntura para que los jefes de área puedan tener un espacio de dialogo de cambio de ideas para que ellos lo puedan incluir en sus artículos.

¿Cómo ve la relación de IPNUSAC con las instituciones del estado?

Es de un reconocimiento académico, en el principio no se nos conocía pero en un corto tiempo hemos logrado de que se nos tome en cuenta para tener una opinión más valedera sobre alguna política institucional que se va a poner en funcionamiento en el gobierno. Es puramente de un conocimiento académico, aporte científico, la oportunidad que se nos da en la representatividad que cada uno ha logrado en diferentes instituciones del estado y tanto así también en el congreso.

Un ejemplo es el coordinador general del instituto que si se pude hacer una investigación sobre cuando el toco el análisis de coyuntura sobre el tema de despenalización de drogas, él gobierno lo apropio y él fue quien lo puso en tema de discusión y ahora está fungiendo como asesor externo en este tema específico. También se nos ha pedido la participación en el tema de desarrollo rural, la conflictividad social que existe en el país nos piden apoyo en mesas de dialogo.

En otro tema la secretaria de comunicación social de la presidencia mostro su interés en tener declaraciones de la gente del instituto en los noticieros oficiales y también vinieron a monitorear a un jefe de área que era el que más sobresalía por temas coyunturales en el área política.

De todos los canales de difusión que tiene IPNUSAC, ¿ cuál cree usted que es el más efectivo?

La página electrónica que tiene mensual 102 mil visitas pero es un dato real porque no podemos afirmar que se está sacando información de ella. Sin embargo cuando se publicó el análisis de la gestión de gobierno nos subió a 5mil visitas en tres días.

¿Cómo crees que ve la población estudiantil a IPNUSAC?

Nos tienen invisibilizados, no nos ven. No creo que la población vea los medios de comunicación y sería el único momento en llegarles a ellos. Nosotros tenemos acceso a los estudiantes entre comillas por la red USAC pero me imagino que les llega material de la revista y no nos leen.

¿Ustedes también abordan temas relacionados a los problemas que tenemos en la Universidad?

Si, ese tema le confiere al área de educación y Mario Rodríguez ha participado en la comisión de la reforma universitaria. Cuando fue tomada la universidad por EPA, de aquí salió la propuesta que la iglesia católica y el procurador levantaran una mesa de diálogo y pudieran los estudiantes entregar las instalaciones. Se creó un documento para el señor rector en esa área específica.

Nosotros aquí en el instituto tenemos una libertad de expresión que no está condicionada por una ideología política.

En algún momento dado se podría criticar al rector o sus acciones?

Se ha hecho, si tú lees en uno de los números de la revista. Con fundamento académico no a título personal.

### **Edgar Gutierrez, coordinador general del IPNUSAC**

¿Cómo ve el funcionamiento general del IPNUSAC?

“El instituto fue creado por el CSU para asesorarle en materia política de opinión e incidencia. Este es un centro pequeño, no hacemos precisamente investigación sino que generamos corrientes de opinión pública y en ese sentido yo te diría que los últimos dos años la presencia del instituto en los medios se ha incrementado notablemente, al grado que prácticamente todos los días estamos apareciendo en algún medio, tanto escrito, radiales como en televisión.

¿Qué se puede mejorar en IPNUSAC?

“A medida que el instituto tiene mejor coordinación con otros centros de investigación de la San Carlos que se alimenta con estudios específicos se eleva la calidad de la opinión, es decir la gente del instituto por más actualizada que este para dar un aporte más profundo a la opinión publica necesita un conocimiento más especializado”.

¿Cómo ve que la población estudiantil no conoce el instituto?

“No es el público objetivo pero en la página web del instituto está apareciendo material que puede ser útil para los estudiantes sobre todo análisis de coyuntura, estudios de seguridad, economía, entonces más que los estudiantes deberíamos de darlo a conocer entre los docentes. La manera de hacerlo es que a cada docente les lleguen los números de la revista. Yo he notado que hemos estado teniendo alrededor de 3 mil visitas a la página web y eso obedece a que muchos profesores están refiriendo a los estudiantes a la página web.

### **Luis Alfonso Leal Monterroso, Innovación y tecnología**

¿Cómo ve el funcionamiento del IPNUSAC en el área de comunicación externa e interna?

“Creo que lo que más tenemos desarrollado es el área externa. Internamente el consejo dio un mandato para que nos interrelacionáramos con los otros institutos de investigación, porque este instituto se nutre de las investigaciones. Todas las investigaciones que se hacen en la universidad le sirven al instituto (IPNUSAC) para formar un criterio y dar las declaraciones que damos pero lo más que hacemos es investigación de la investigación realizada en la universidad pero tenemos más desarrollado lo exterior que la relación interna con los demás institutos de la universidad.

¿De todos los canales de difusión del IPNUSAC cuál cree usted que es el más efectivo?

“La prensa escrita y la televisión, la radio en menor grado. Y la revista de nosotros ha tenido un éxito bastante bueno”.

¿Qué mejoras le haría usted a la revista?

“La gente no se acostumbra a lo electrónico, en lugar de hacerla trimestral la haría bimestral (La revista impresa).

¿Cómo cree usted que ha respondido la audiencia a la revista impresa?

“Cuando ya la revista es solicitada y citada por diferentes investigadores que hacen noticias en la prensa. Podemos ir viendo que ha sido bien aceptada y bien vista por los demás investigadores.

¿Cuáles son las fortalezas y debilidades de la institución?

“Las fortalezas es que genera una opinión bastante buena, los análisis son muy buenos. El éxito es que emitimos opinión de la universidad, cuando lleva la aprobación del CSU pero nos volvemos el vocero del instituto cuando lo hacemos cada uno por su cuenta. El mantenernos alejados de instituciones políticas partidistas y de los grupos sociales que en algún tiempo dominaron el criterio de la universidad nos ha mantenido con una opinión bastante centrada y que es apreciada en los diferentes medios de comunicación”.

“La debilidad es que nos cuesta hacer investigación porque carecemos de presupuesto para tener auxiliares que nos ayuden en nuestros quehaceres. Es la mayor debilidad porque no cubrimos bien algunas áreas de importancia para la sociedad como desarrollo rural, legal, judicial que solo se cubre parcialmente”.

¿Cómo ve la comunicación en la institución?

“Es buena la relación entre los profesionales que laboramos aquí, con la reunión semanal nos ponemos de acuerdo entre las metas que debemos cumplir. Trabajamos bajo un plan anual que nos dirige entonces no hay problemas con eso”.