


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

The seal of the University of San Carlos of Guatemala is a circular emblem. It features a central figure of a man in a red and white robe, likely a saint or scholar, holding a book. Above him is a golden mitre. To the left is a golden castle, and to the right is a golden lion rampant. Below the central figure is a landscape with green hills and a white volcano. A figure in a blue and yellow outfit is riding a white horse across the hills. The entire scene is set against a light blue background. The seal is surrounded by a grey border containing the Latin text "CETERAS CONSPICUA CAROLINA ACADEMIA COACTEM" and "SCIBIS INTER".

“Estrategia de comunicación para promocionar y divulgar la *comunicación para el desarrollo* que el programa de Ejercicio profesional supervisado multiprofesional -Epsum- realiza en las comunidades más necesitadas del país”

Presentado por

María Victoria Ayala Maldonado

Previo a optar el título de
Licenciada en Ciencias de la Comunicación

Asesor:
Licda. Brenda Yanira Chacón

Guatemala, noviembre de 2015

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

Consejo Directivo

Director

Lic. Julio E. Sebastián Chilin

Representantes Docentes

M.A. Amanda Ballina

Lic. Víctor Carillas

Representantes Estudiantiles

Joseph Mena

Carlos León

Representantes de los Egresados

Johnny Michael González Batres

Secretaria Académica y Administrativa

M. Sc. Claudia Molina

Coordinador General de EPS

M.Sc. Sergio Morataya

Coordinador de EPS

M.A. Marco Julio Ochoa España

Supervisor 1

Licda. Brenda Yanira Chacón

Supervisor 2

Licda. Evelyn Morazán Gaitán



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

Guatemala, 3 de febrero 2015

EPSL-B33-2015

Ing. Agr.:
Mirna Regina Valiente.
Programa EPSUM
Ciudad Guatemala

Ing. Agr. Mirna Regina Valiente:

Por medio de la presente solicito se sirva recibir como practicante de licenciatura en Ciencias de la Comunicación, al(a) estudiante: **MARÍA VICTORIA AYALA MALDONADO**, carné 200020184, quien manifestó su deseo de hacer Practica Profesional Supervisada en su institución, para el efecto, se requiere lo siguiente:

- Extenderle una carta de aceptación.
- Facilitarle los materiales para hacer su práctica.
- Aceptar que dentro del Plan y Estrategia de Comunicación de 2015 de su institución, el(a) estudiante tenga la oportunidad de hacer un diagnóstico, elaborar un plan y ejecutar una estrategia, que ayude al Proceso de Comunicación Interno o Externo de su Institución.
- Autorizar que se supervise el Ejercicio Profesional – EPS-.

Atentamente,

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"

MA. Marco Julio Ochqa
Coordinador EPS Licenciatura
Cel. 59000007



Handwritten signature and date: 4/2/2015

Copia: archivo
MJOE-EMG

MA. Marco Julio Ochoa
Coordinador de EPS de Licenciatura
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Universidad de San Carlos de Guatemala
Su despacho.

Estimado Licenciado Ochoa:

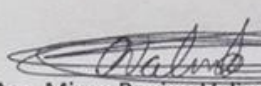
Reciba un saludo muy cordial del Programa de Ejercicio Profesional Supervisado Multiprofesional -EPSUM-.

En atención a su solicitud EPSL-B33-2015, de fecha 3 de febrero 2015, atentamente se informa que el Programa EPSUM acepta a la estudiante: **MARIA VICTORIA AYALA MALDONADO**, carné 200020184 para que realice su Práctica Profesional Supervisada a partir de la fecha.

Sin otro particular, me suscribo de usted,

Atentamente,

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"


Ing. Agr. Mirna Regina Valiente
Coordinadora EPSUM-VOLUSAC





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

Guatemala 27 de octubre del 2015

Estudiante Epesista de Licenciatura:
María Victoria Ayala Maldonado
Carné no. 200020184
Presente.

Para su conocimiento y efectos se hace constar que:

Luego de evaluado su trabajo académico impreso y de campo titulado: **“Estrategia de comunicación para promover y divulgar la comunicación para el desarrollo que el programa de ejercicio profesional supervisado multiprofesional Epsum realiza en las comunidades más necesitadas del país”**, y haber sustentado el examen y defensa de su proyecto de EPS de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, se da por Aprobado por Unanimidad del Tribunal Examinador su trabajo final y se autoriza su aprobación en el acta de cierre respectiva y la impresión de su trabajo final de EPSL en un número de 7 ejemplares impresos que deberá entregar a diferentes instancias así como 3 CD's con el documento incluido en formato PDF los cuales deberá entregar a las Bibliotecas Flavio Herrera y la Central, y a la Comisión de Tesis de la E.C.C.

Sin más que constatar:

“ID Y ENSEÑAD A TODOS”

MA. Marco Julio Ochoa
Coordinador EPS Licenciatura

Cel. 59000007



USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala

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

Para efectos legales, únicamente el autores responsable
del contenido del presente trabajo investigativo.

Dedicatoria

A Dios

Por la vida, sus bendiciones, estaré agradecida por ser mi guía en todas las etapas de mi vida, especialmente para lograr este triunfo.

A mis hijos

Rocío, Helen y José Fernández Ayala les dedico este triunfo son los más importante en mi vida, y espero ser una inspiración en sus vidas.

A mi esposo

Mynor Adeldo Fernández Duarte, gracias por ese apoyo incondicional para lograr mis sueños y metas, por esa paciencia y comprensión.

A mi madre

Estela Maldonado de Ayala, (QEPD) sin sus sabios consejos nada hubiera logrado, fue mi ejemplo de lucha, mi apoyo total e incondicional. Este triunfo se lo dedico a ella.

A mi padre

Héctor Raúl Ayala Rivas, gracias por sus consejos por cada etapa de mi vida. Por su amor y comprensión.

A mi hermana

Irma Ayala Maldonado, (QEPD) este triunfo se lo debo a ella, gracias por el apoyo académico, un saludo al cielo.

A mis hermanos

Miguel, Luis, Raúl, Natali y Silvia les doy gracias por su apoyo y motivarme de muchas maneras, especialmente a Silvia por sus consejos en momentos difíciles, gracias por apoyarme siempre en las buenas y en las malas.

A mis cuñados:

Lucas Choc (QEPD) y César Augusto Santizo, gracias por su apoyo en etapas de mi vida.

A mi supervisor y Coordinador

Por la adaptación de nuevos conocimientos, disciplina, empeño y paciencia.

A mis amigos y compañeros de trabajo

Por su amistad y apoyo, momentos inolvidables que me han servido de aprendizaje en la vida. Muy especialmente a la Msc. Ingrid Beatriz Polanco Monzón.

A EPSUM

Por darme la oportunidad y creer en mí, y sobre todo su apoyo.

Índice

Introducción.....	I
Titulo del tema.....	II
Antecedentes	III
Justificación.....	IV

CAPÍTULO I

Diagnóstico

1.1 Diagnóstico comunicacional.....	1
1.2 Comunicación.....	3
1.3 Tipos de comunicación.....	5
1.3.1 La comunicación verbal.....	5
1.3.2 La comunicación no verbal.....	5
1.3.3 La comunicación escrita.....	5
1.3.4 La comunicación organizacional.....	6
1.3.5 La comunicación organizacional interna.....	6
1.3.6 La comunicación organizacional externa.....	6
1.3.7 La comunicación para el desarrollo.....	7
1.3.8 Estrategias de comunicación.....	11
1.3.9 <i>Facebook</i> como herramienta de comunicación.....	13
1.3.10 Modelos de presencia en <i>Facebook</i>	14
➤ Perfiles.....	14
➤ Grupos.....	15
➤ Páginas.....	15
1.3.11 El proceso de la comunicación.....	16
1.4 El proceso de la observación.....	16
1.4.1 Tipos de la observación.....	17
1.4.2 Observación directa.....	18
1.4.3 Observación intersubjetiva.....	18
1.4.4 Observación intrasubjetiva.....	18
1.4.5 Observación participante.....	18
1.4.6 Observación no participante.....	18
1.4.7 Observación indirecta.....	18
1.4.8 Conclusiones de lo observado.....	19
1.5 Objetivos de diagnóstico.....	21
1.8.1 Objetivo general.....	21
1.8.2 Objetivos específicos.....	21
1.6 Descripción de la institucional.....	22
1.6.1 Comunidades atendidas.....	22
1.6.2 Disciplinas que integra Epsum.....	25
1.6.3 2 Proyectos de equipos multidisciplinarios.....	26
1.6.4 Apoyo al estudiante que integra equipo multidisciplinario.....	26
1.6.5 <i>Slogan</i> institucional.....	27

1.6.6 Logo institucional.....	27
1.6.7 Medios directos con estudiantes y coordinadores.....	27
1.6.8 Medios de comunicación para todo público.....	27
1.7 Qué es y cómo se conforma.....	28
1.7.1 Descripción técnica de puestos.....	31
1.8 Antecedentes	31
1.8.1 Marco legal.....	35
1.9 Misión.....	36
1.9.1 Misión trifoliar.....	36
1.9.2 Misión en documento de reestructura.....	36
1.9.3 Misión en manual de organización.....	36
1.10 Visión	37
1.10.1 Visión trifoliar.....	37
1.10.2 Visión en documento de reestructura.....	37
1.10.3 Visión en manual de organización.....	37
1.11 Organigrama institucional.....	38
1.12 FODA.....	39

CAPÍTULO II

Análisis de resultados del diagnóstico

2.1 Metodología.....	40
2.2 Descripción del tipo de comunicación.....	40
2.3 Tipos de Investigación	41
2.4 Técnicas e instrumentos.....	41
2.4.1 La observación.....	41
2.4.2 La entrevista.....	41
2.4.3 La encuesta.....	41
2.5 Fórmula aplicada a la población.....	42
2.6 Descripción de la fórmula.....	42
2.7 Presentación de resultados	44
2.8 Conclusiones de investigación.....	59

CAPÍTULO III

Propuesta de comunicación

3.1 Plan de comunicación.....	60
3.2 Objetivos de la propuesta.....	61
3.2.1 Objetivo general.....	61
3.2.2 Objetivos específicos.....	61
3.3 Propuesta como tal.....	61
3.3.1 Publico objetivo.....	62
3.3.2 Mensaje.....	62
3.4 Descripción de la propuesta.....	62
3.5 Justificación de la propuesta.....	63
3.6 Estrategia para su implementación.....	63

➤ Acciones

3.6.1 Creación página <i>Facebook</i>	64
3.6.2 Manual para convertirse en socio del Epsum.....	64
3.6.3 Manual para enlaces y coordinadores locales de equipos Epsum...	65
3.6.4 Definición de misión y visión Epsum en acrílicos.....	65
3.6.5 Creación fanpage en <i>facebook</i> 2da. cohorte 2015.....	65
3.6.6 <i>Banners</i> y afiche.....	65
3.6.7 Concurso de diseño de playera 2da. cohorte 2015.....	66
3.6.8 <i>Spots</i> radiales para captación de estudiantes.....	67
3.7 Cronograma de ejecución	67
3.8 Presupuesto	68

CAPITULO IV

Control y seguimiento

4.1 Ejecución de propuestas	69
4.1.1 Creación página <i>Facebook</i>	69
4.1.2 Manual para convertirse en socio del programa Epsum.....	70
4.1.3 Manual para enlaces y coordinadores locales de equipos E.....	70
4.1.4 Definición de misión y visión Epsum en acrílicos.....	71
4.1.5 Creación <i>fanpage</i> en <i>Facebook</i> 2da. cohorte 2015.....	71
4.1.6 <i>Banners</i> y afiche.....	72
4.1.7 Concurso de diseño de playeras 2da. cohorte 2015.....	73
4.1.7 <i>Sports</i> radiales.....	74
4.2 Descripción de material utilizado	75
4.2.1 Creación página <i>Facebook</i>	75
4.2.2 Manual para convertirse en socio del programa Epsum.....	75
4.2.3 Manual para enlaces y coordinadores locales de equipos	75
4.2.4 Definición de misión y visión Epsum en acrílicos.....	75
4.2.5 Creación fanpage en <i>Facebook</i> 2da. cohorte 2015.....	76
4.2.6 <i>Banners</i> y afiche.....	76
4.2.7 Concurso de diseño de playeras.....	76
4.2.8 <i>Sports</i> radiales.....	76
Conclusiones finales.....	77
Recomendaciones generales.....	77
Citas bibliográficas	78
Anexos	81

Introducción

El aporte y el tipo de trabajo que se realiza y ejecuta en el ejercicio profesional supervisado es poner en práctica los conocimientos adquiridos dentro de las aulas de la Universidad de san Carlos de Guatemala dando apoyo técnico a través de estrategias de comunicación para mejorar la comunicación, interna, externa, organizacional y comunicación al desarrollo.

La estrategia de comunicación que se plantea tiene como fin dar a conocer el trabajo que realizan los estudiantes epesistas integrados en equipos multidisciplinarios del programa Epsum aportando al desarrollo comunitario en comunidades más necesitadas del país.

Esto ayuda a que los actores que son los Epsum como programa, los estudiantes como actor principal, los coordinadores locales y representantes de la sedes, se integren más al ver el cambio social que ya que la comunicación para el desarrollo solo se da con el dialogo y la participación de los mismos, según la Unicef.

Lo que se busca con esta estrategia de comunicación, que estudiantes sancarlistas sigan trabajando por el bienestar social de Guatemala, y que los socios o coordinadores locales vean que el trabajo realizado por los equipos multidisciplinarios si está en línea con el desarrollo. para ellos es importante crear herramientas de comunicación entre los actores, ya que sin actores no hay comunicación para el desarrollo.

Titulo del Tema

“Estrategia de comunicación para promover y divulgar la *comunicación para el desarrollo* que el programa de Ejercicio profesional supervisado multiprofesional -Epsum- realiza en las comunidades más necesitadas del país”

Antecedentes

El tema de las estrategias de comunicación ha sido abordado por varias personas como objeto de estudio, por la importancia de realizar cada vez más comunicación efectiva.

En el caso del programa Epsum como institución de estudio son muy escasos los trabajos realizados, razón por el cual el poco conocimiento del mismo. Trabajos realizados por estudiantes epeistas de la escuela de Ciencias de la Comunicación se pueden mencionar a continuación:

- En el año 2000, se realizó una estrategia de comunicación, titulada "Visibilidad del programa Epsum"
- En el año 2013, se realizó una estrategia de comunicación por estudiantes de práctica profesional supervisada EPS de la escuela de Ciencias de la Comunicación.

Siendo el programa Epsum una dependencia de la Universidad de San Carlos de Guatemala que viene trabajando para el desarrollo de las comunidades más necesitadas del país, a través de los equipos multidisciplinarios más de 25 años.

- En febrero 2015 se tiene la oportunidad de contar con el apoyo de una investigadora de comunicación y como resultado de la misma, se observa la poca divulgación en medios de comunicación del apoyo comunitario que Epsum da a las comunidades, siendo este un tema social que ayuda al desarrollo humano local.
- La estrategia se enfoca en comunicación para el desarrollo, lo cual se obtiene un cambio social en las comunidades y actores, clave del desarrollo participativo, por lo que se trabaja una propuesta titulada Estrategia de

comunicación para el desarrollo como fortalecimiento del programa Epsum en las comunidades.

Algunos actores hablan sobre estrategias de comunicación para el desarrollo, donde los procesos comunicativos son importante para el proceso siendo estos:

- Molero Hermosilla, Antonio José. 2005. Plan de Comunicación, concepto, diseño e implementación.
- López España, Jaqueline. 2011. Estrategia de comunicación para difundir las actividades culturales que se realizan en el centro cultural Miguel Ángel Asturias. Tesis de Licenciatura de la Universidad de San Carlos de Guatemala. Escuela de Ciencias de la Comunicación
- La Unesco. 2011. Comunicación para el desarrollo y la Unicef.

Justificación

Fundamentar algunos aspectos del estudio, determinan el interés por abordar, conocer y proponer el tema, por existir vinculación directa en el ámbito laboral en la implementación del programa Epsum, posibilitando la interacción con los diferentes actores, estudiantes de la Universidad de San Carlos de Guatemala que realizan el ejercicio profesional supervisado, como práctica profesional en el ámbito local, que requieren las diferentes unidades académicas, para posteriormente acreditar el título en el grado de técnico o licenciatura según la profesión.

Algunos aspectos que generan la inquietud de la investigadora en el tema de comunicación para el desarrollo es que Epsum y su interrelación con el EPS MULTIDISCIPLINARIO, lo cual realizan los estudiantes universitarios constituidos en equipos multiprofesionales, durante la implementación de práctica profesional, en vinculación directa con los actores comunitarios, su liderazgo y participación local, en donde se observa la existencia de varios sectores que promueven el desarrollo humano local situación que permite integrar o unificar esfuerzos, objetivos y enfoques con un mismo enfoque de desarrollo.

Debido a esto es importante una estrategia de comunicación que refleje el trabajo el aporte al desarrollo comunitario que Epsum hace a través de los equipos multidisciplinares, debido que la Unesco describe LA COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO como *esencial en el desarrollo humano y que los procesos de comunicación, son fundamentales para ampliar las prácticas de empoderamiento, a través de las cuales las personas consiguen entender por sí mismas asuntos, considerar y debatir ideas, negociar y participar en debates públicos de ámbito local y nacional.*

Por lo que primero se llevó a cabo un diagnóstico comunicacional, donde reflejó la debilidad de falta de divulgación del aporte a las comunidades en medios de comunicación, por lo que se plantea una estrategia de comunicación para el desarrollo, debido al tipo de labor que tiene la institución y conociendo lo que nos indica Unicef, de la comunicación para el desarrollo, que es "un proceso estratégico planificado y basado en las pruebas que se emplea para fomentar los cambios sociales y de comportamiento positivo y medible a nivel individual". Y que trata de un proceso que forma parte integral de los programas de desarrollo, la promoción de políticas y las labores humanitarias.

Para implementar la estrategia se crearon varias acciones entre ellos: manuales para socios y coordinadores locales que son actores comunitarios, quienes se favorecen del trabajo realizado por los equipos multidisciplinarios. De igual manera se crea una página de *Facebook* para mantener informado al público y conozca los proyectos realizados en las comunidades.

Capítulo I

Diagnóstico

1.1 Diagnóstico comunicacional

El presente estudio consiste en un diagnóstico comunicacional y se dice que es un proceso de cambio que se inicia en el reconocimiento de la situación actual de una organización, de los distintos grupos que la conforman, con el objetivo de evaluar la eficacia de los sistemas de comunicación de la empresa o institución.

Caraballo¹(2003:7:8) en su libro menciona un análisis comparativo del diagnóstico con los principales actores de las teorías y bases metodológicas para la realización de un diagnóstico de una organización; Jean Pierre Thibaut y Jack Fleitman.

- Para Thibaut (1994:17), es "*el acto o arte de conocer*". Lo que se busca conocer son las causas de los problemas o dificultades que tiene la organización, para así ofrecer soluciones acordes a estos.
- Para Jack Fleitman (1997:2), el diagnóstico permite estudiar, analizar y evaluar las fuerzas, debilidades, amenazas y oportunidades de las empresas, sirve como instrumento por medio del cual se analiza y evalúa el entorno de una organización, su estructura, sus políticas, en general la gestión que esta realice.

Las metodologías de diagnóstico de Fleitman y Thibaut tienen como principal punto en común de que ambas pueden ser utilizadas en cualquier tipo de organización, ya que ambas se adaptan fácilmente a las necesidades que las organizaciones muestran dependiendo del tipo de problemas que presentan.

¹Caraballo Payares. 2013. Evaluación de gestión administrativa, financiera y comercial de las cooperativas asociadas a CONFECOPE Caribe.7 y 8 p.

También, ambas metodologías permiten evaluar las áreas funcionales y procesos de la organización, encaminándose a la presentación de resultados que permitan mejorar la gestión de la organización.

Según Naranjo Gandarilla² (2011:20) indica que es preciso aclarar que existen varios criterios sobre el diagnóstico de comunicación, pero considera acertado el de Prieto (1999), que es "una herramienta para evaluar las prácticas sociales, orientadas a tener un conocimiento sistemático sobre las mismas, para reconocer fortalezas y debilidades a retomar en la planificación; acciones destinadas a generar modificaciones en la comunicación que ayuden a producir cambios positivos en el grupo, la comunidad o la institución".

De los tres actores el concepto de thibout, citado por Caraballo es un concepto simple de entender lo que significa un diagnóstico. Esto es lo que se pretende hacer con las instituciones a la que se realice un diagnóstico institucional. Por ejemplo (en relación a la cita anterior) la evaluación de las prácticas sociales implica analizar, mejorar e implementar aspectos propios comunicacionales que permita hacer un registro de las mismas de manera continua, permanente y plantee e implemente medidas correctivas a esos procesos de comunicación interna y externa de la institución proyectando desde su plan operativo anual u otros instrumentos de planificación para la transformación de las debilidades a fortalezas y de amenazas a oportunidades.

También indica en su estudio que el diagnóstico de comunicación es un "procedimiento que se realiza para evaluar la eficiencia de los sistemas de comunicación interna de una empresa". Constituye además, para la autora, "el método que analiza los canales, emisores, contenidos e impacto de la comunicación en la organización".

²Naranjo Gandarilla, Martínez Ramírez, del Sol Nieves y Rosabal Gómez. 2011. Acciones comunicativas para fortalecer la comunicación interna de los Cuadros en la formación y desarrollo de las reservas de Empresa Azucarera Colombia, Edición electrónica gratuita. Texto completo en www.eumed.net/libros/2011a/895/. 10 y 20p

El diagnóstico es un proceso de cambio que inicia en el reconocimiento actual, el cual tiene varios conceptos, de igual manera hay varios tipos de diagnósticos.

Tipos de diagnóstico de comunicación privilegiadas en el análisis.

Un diagnóstico también varía en función de los aspectos que privilegia en el análisis. Está más allá del grado de participación de los miembros de la comunidad o de la organización.

- a) Diagnósticos que privilegian las relaciones de comunicación interna.
- b) Diagnósticos que privilegian las relaciones de comunicación externa: interinstitucional, de medios, de destinatarios o interlocutores de la organización.

En relación a los tipos de diagnósticos indicados, la comunicación con categoría principal de los mismos, determina la columna principal del enfoque en este estudio, por lo que la comunicación juega un papel importante.

1.2 Comunicación

La comunicación es uno de los factores fundamentales en el funcionamiento de las organizaciones sociales, es una herramienta, un elemento clave en la organización y juega un papel primordial en el mantenimiento de la institución.

El significado etimológico de la palabra comunicación según Naranjo antes citado (2011:10) es “poner en común”, que proviene del latín communis cuyo significado es común. Según el diccionario de lengua española es: “la transmisión de señales mediante un código común al emisor y al receptor”; en su forma más simple se define como “todo acto tanto verbal como no verbal, realizado de manera tanto intencional como no intencional”, mediante el cual es posible la interacción entre las personas.

También el Multidiccionario Estudiantil Práctico de la Lengua Española³ (2011) define la comunicación “f. Acción de comunicar/unión que se establece entre ciertas cosas./Escrito en que se comunica algo oficialmente.//pl. Correos, teléfonos, telégrafos, etc. La comunicación es el proceso de investigar el conjunto de principios, conceptos y regularidades que sirven de base al estudio de la comunicación como proceso natural. La comunicación constituye una de las formas en que las personas interactúan entre sí, estableciendo lazos; existen muchas formas de comunicación, gestual, a través de los signos, verbal, escrito, etc.”

Según López España⁴ (2011:10:14) en su tesis indica que la “comunicación es un particular proceso de información ideado y llevado a la praxis por una persona llamada “**emisor**”, para que su **mensaje** sea trasladado o enviado a otra persona denominada “**receptor**”, es importante que la **codificación y decodificación** de la información sea lo suficientemente eficaz, para que la misma no se pierda o se le reste importancia”.

Ello implica que el emisor, que es quien codifica el mensaje, esté consciente de su responsabilidad para darse a entender y que la información, al ser decodificada por el receptor, sea aceptada y entendida. Para esto se requiere, atendiendo al objetivo del mensaje”.

La comunicación es importante para toda buena relación interpersonal y para alcanzar grandes logros en la vida, esta debe ser eficaz y clara, en el ámbito social, cultural y económico. También hay tipos de comunicaciones, la que puede ser utilizada en diferente situación.

³Multidiccionario Estudiantil Práctico de la Lengua Española. 2011. 1152 p.

⁴ López España, Jaquelin. 2011. Estrategia de comunicación para difundir las actividades culturales que se realizan en el Centro Cultural Miguel Ángel Asturias. Tesis de Licenciatura de la Universidad de San Carlos de Guatemala. Escuela de Ciencias de la Comunicación. 10,14 p.

1.3 Tipos de comunicación

Según Vargas E.⁵ (2009:15:19) en su libro nos dice que “la comunicación humana está constituida por las formas de comunicación que son exclusivas del hombre como la verbal, la no verbal y la comunicación escrita o gráfica”.

Por lo anterior, existen diferentes tipos de comunicación y éstas quedan implícitas en todo proceso de comunicación como elemento principal dentro de la práctica social y son los siguientes:

1.3.1 Comunicación verbal

Es aquella que va más allá de los simples displays audibles (llanto, risa, gritos, gemidos, etc.) y se basa en la palabra. Se estructura en sonidos articulados que adquieren un significado, cuya combinación puede expresar ideas mucho más complejas que las que se lograrían usando los displays antes mencionados. Este hecho es comúnmente conocido como el acto de hablar.

1.3.2 Comunicación no verbal

Una parte de la comunicación no verbal es innata y otra parte se aprende por la imitación de códigos socialmente establecidos. Nos referimos a aquellos movimientos, posturas, expresiones, gestos y miradas que realizamos (consciente o inconscientemente) cuando nos comunicamos, generalmente de forma oral. Así pues, cuando hablamos con alguien sólo una parte de la información que damos o recibimos proviene de las palabras.

1.3.3 Comunicación escrita

Es la representación gráfica de ese sistema de signos con los que interpretamos al mundo. Existen muchas formas, unas más complejas que otras, desde los

⁵Vargas Rivera, Elia Ariadna. 2009. El proceso de la Comunicación. Unidad I. 15-19 p.

ideogramas chinos y los jeroglíficos egipcios, hasta el alfabeto que usamos y las siglas; igualmente, podemos considerar al graffiti y los logotipos comerciales como ejemplos.

1.3.4 Comunicación organizacional

Morazán,⁶ (2013:26) en su tesis cita a Marín (1997:103) y define la comunicación organizacional como “el proceso por los que los miembros juntan la información pertinente acerca de su organización y de los cambios que ocurren en ella. La comunicación es el procesos por el que estos miembros acostumbran facilitar la realización de actividades coordinadas”.

1.4.5 Comunicación organizacional interna

Fernández⁷ (1991:29:34) la define como “comunicación que se produce en las organizaciones públicas o privadas que permiten las buenas relaciones entre los miembros de cualquier entidad, para lo cual utilizan cualquier medio de comunicación con la finalidad de contribuir al logro de los objetivos de la organización”.

1.3.6 Comunicación organizacional externa

Morazán antes citada (2013:28) indica en sus tesis que la comunicación externa “es como un proceso que consiste en vehicular información o contenido informativo desde la empresa u organización empresarial hacia el conjunto de la opinión pública a través de medio de comunicación social. Y sea cual fuese la tipología que adopte la comunicación externa de la empresa, lo que no debe olvidar es que ésta debe incorporar “el estilo de la firma”, lo que la distingue de cualquier otra”.

⁶ Morazán Gaitán, Evelin Maritza.2013. Estrategia de Comunicación para la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos sobre la Incomunicación entre personal administrativo, docente, autoridades y alumnos del plan diario y las barreras de comunicación. Tesis de Licenciatura de la Universidad de San Carlos de Guatemala. Escuela de Ciencias de la Comunicación. 26 y 28 p.

⁷ Fernández Collado, Carlos. 1991. La organización en las organizaciones. Editorial Trillas. México. 29,34 p.

Luego de conocer sobre la comunicación organizacional, interna y externa, también es importante hablar sobre la comunicación para el desarrollo, la cual se aplicará en el estudio a realizar en el programa Epsum, para implementar una estrategia de comunicación y mejorar la visibilidad y aceptación del programa a lo externo.

Tomando en cuenta que el programa Epsum, es una dependencia de la Dirección general de extensión universitaria y que su proyección social se enfoca al desarrollo humano local de las comunidades en el área rural, en donde se hacen esfuerzos por asignar equipos multidisciplinarios de estudiantes en el ejercicio de la práctica profesional y el aporte al desarrollo comunitario en hacer un cambio social con proyectos en infraestructura, organización comunitaria, salud y educación, con todos estos procesos se da la comunicación para el desarrollo.

1.3.7 Comunicación para el desarrollo

La Unicef⁸ define la comunicación para el desarrollo, como "un proceso estratégico planificado y basado en las pruebas que se emplea para fomentar los cambios sociales y de comportamiento positivo y medible a nivel individual".
(http://www.unicef.org/spanish/cbsc/index_42329.htm)

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

La comunicación para el desarrollo desempeña un papel protagónico en el desarrollo humano.

Siendo Epsum un programa que aporta al desarrollo, con políticas y labor comunitaria, es importante que se maneje la comunicación para el desarrollo.

⁸ UNICEF. http://www.unicef.org/spanish/cbsc/index_42329.htm. consulta efectuada el 21/5/2015.

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

El programa Epsum emplea el dialogo, para lograr ese desarrollo en las comunidades, existen beneficiarios es un trabajo en equipo.

Desde el año 2000, en un contexto de globalización e Internet como respuesta a la comunicación para el desarrollo, diversos actores en América latina vienen apostando a la comunicación para el cambio social, como un nuevo paradigma que intenta construir un auténtico diálogo, estimular la participación, construir ciudadanía, democratizar la comunicación, devolver la palabra y convertir a los sujetos como actores centrales y agentes de su propio desarrollo humano y social.

Cadavid, Gumucio y Pereira⁹ (*2011:El nuevo diario.com.ni*) en su publicación dice que la comunicación para el cambio social " es participativa, surge de la sociedad, se basa en la propia cultura (respeto a las lenguas, y la historia), busca alianzas y establece redes, y además se define como "la apuesta cultural de cambio, se requiere legitimar y promover una actitud frente a la vida asumiendo: el desarrollo como meta personal y colectiva; una mirada común: gestando una identidad comunicativa que mire al futuro; un estilo de actuación basándose en el diálogo y la concertación" (Calandria: 2005)".

La comunicación para el cambio social se sitúa en el siglo XXI, como una alternativa al desarrollo humano y social, que debe ser ajena a la influencia de actores tradicionales: partidos políticos, empresa privada, estado, iglesias, medios de comunicación, donde el profesional de la comunicación de los movimientos sociales, ONG, agencias de cooperación y universidades, únicamente desempeñan un rol de facilitador, y por el contrario, las líderes y ciudadanas sean "el medio y fin" de su propio desarrollo, como matiza Rosa María Alfaro.

⁹Cadavid, Gumucio y Pereira. Comunicación para el cambio social. 2011. El nuevo diario.com.ni. Managua Nicaragua.

Martínez¹⁰ (2006:40) dice que la teoría clásica de la comunicación para el desarrollo decía que los medios pueden ayudar a los países subdesarrollados. Pero de hecho han ayudado poco. Por ello se está reevaluando esta teoría. El modelo de influencia de los medios era un modelo mecanicista de transmisión, que no tenía en consideración el contexto social.

Cómo entonces podrían ayudar más esos medios de comunicación al desarrollo humano local vinculando ese modelo mecanicista de transmisión al contexto social y vincularlo a un contexto real? para ello es importante seguir investigando y conociendo formas, maneras para vincularse y dar a conocer la transformación del desarrollo humano, que se da en algunas comunidades del país más necesitadas como lo es el trabajo que ofrece el programa Epsum a través de los equipos multidisciplinarios.

La Unesco¹¹ (2011:1) en su publicación dice que la comunicación para el desarrollo "es esencial en el desarrollo humano, y que los procesos de comunicación, son fundamentales para ampliar las prácticas de empoderamiento, a través de las cuales las personas consiguen entender por sí mismas asuntos, considerar y debatir ideas, negociar y participar en debates públicos de ámbito local y nacional".

El papel de la comunicación para el desarrollo en los procesos de empoderamiento contribuye a distinguirla de otras formas de comunicación. Su papel en el empoderamiento la convierte en un elemento vital para planificar esfuerzos dirigidos a alcanzar los objetivos de desarrollo del milenio (ODM) y otras prioridades de desarrollo.

¹⁰ Martínez Terreno, José. 2006. Teorías de la comunicación. Venezuela. 40p,

¹¹ UNESCO. 2011. Comunicación para el desarrollo, Fortaleciendo la eficacia de las Naciones Unidas. Nueva York. 1,2,5 p.

Arias,¹² (sa: 49) indica que los "objetivos de desarrollo del milenio ODM, de la Organización de las naciones unidas ONU, fueron aprobados por los países miembros en la asamblea general realizada en septiembre de 2,000; los cuales constituyen una serie de de propósitos y metas para combatir la pobreza, el hambre, las enfermedades el analfabetismo, la degradación ambiental y la discriminación"

La comunicación para el desarrollo se da al momento del empoderamiento que la comunidad sobre la necesidad de desarrollo, y el estudiante presente soluciones de esa necesidad a través de proyectos que disminuya.

Continúa la Unesco¹³ (2011:1:2) indica en su informe que en el año 2006, el consenso de Roma alcanzado en el Congreso mundial sobre la comunicación para el desarrollo la definió como:

“Un proceso social basado en el diálogo mediante una amplia gama de herramientas y métodos. También persigue un cambio en distintas áreas como escuchar, generar confianza, intercambiar conocimientos y capacidades, construir procesos políticos, debatir y aprender para lograr un cambio sostenido y significativo. No tiene que ver con las relaciones públicas o la comunicación corporativa”

También indica que la comunicación para el desarrollo tiene su origen en la teoría de la modernización, pensamiento y práctica de desarrollo predominantes tras la segunda guerra mundial. Para entonces, prevalecía la idea de que las prácticas tradicionales en los países en vías de desarrollo debían ser sustituidas, cuanto menos complementadas y que el progreso debía alcanzarse mediante aportaciones externas.

¹² Arias Castillo, Víctor Manuel. Manual para instituciones que trabajan con líderes comunitarios. USAC. Guatemala. 49 p.

¹³UNESCO. 2011. Comunicación para el desarrollo, Fortaleciendo la eficacia de las Naciones Unidas. Nueva York. 1,2 p

La comunicación para el desarrollo, específicamente para el desarrollo humano local, requiere de estrategias de comunicación, ya que éstas enfocan procesos de decisión principalmente y es ahí en los procesos de decisión que se da el desarrollo.

1.3.8 Estrategias de comunicación

El diccionario www.rae.es¹⁴ (2015) define a la estrategia como: a) Arte de dirigir las operaciones militares. b) Arte, traza para dirigir un asunto c) Mat. En un proceso regulable, conjunto de las reglas que aseguran una decisión óptima en cada momento.

Siguiendo a López España,¹⁵ (2011:14) quien comparte la estrategia de comunicación de la siguiente manera: "¿Qué hacer en materia de información? En este tema los elementos que conforman la estrategia comprenden no solo al emisor y receptor del mensaje, sino también al mensaje en sí, es decir que debe tenerse en cuenta al segmento poblacional al que va dirigido, por lo que la estrategia comunicacional abarca elementos que no pueden ser obviados como el lenguaje y su utilización, evaluándose modismo o jergas que se consideren propios de los receptores, sin importar si son activos o pasivos".

La estrategia en comunicación es aquella que, en sí misma, constituye un proceso que comprende determinadas fases que van desde el punto de vista teórico (cuando se diseña el mensaje) hasta la estructuración y emisión del mensaje, lo que implica el segmento poblacional al que va dirigido y los objetivos que se pretenden alcanzar al difundirlo.

También la define como "un conjunto de reglas que son aplicadas para lograr, partiendo de su objetivo, la creación del mensaje y el estudio de las personas a las

¹⁴Definición de Estrategia / www.rae.es/. Consulta efectuada el 24 de abril de 2015.

¹⁵López España, Jaquelin. 2011. Estrategia de comunicación para difundir las actividades culturales que se realizan en el Centro Cultural Miguel Ángel Asturias. Tesis de Licenciatura de la Universidad de San Carlos de Guatemala. Escuela de Ciencias de la Comunicación. 14 p.

que se dirigirá para determinar no solo el contenido, extensión o tiempo del mismo, sino el lenguaje apropiado con el fin de que sea efectivo”.

De los tres conceptos anteriores, el último indica que toda estrategia tiene reglas, objetivos, que se debe estudiar el mensaje y el grupo objetivo al que va dirigido no solo el contenido sino el mensaje para que esta tenga éxito.

En cambio Monerris, Antonio¹⁶ (2006) dice que “la estrategia de comunicación es el conjunto de decisiones y prioridades basadas en el análisis y el diagnóstico que definen tanto la tarea como el modo de cumplirla por parte de las herramientas de comunicación disponibles. La estrategia de comunicación es a la vez una decisión, una intención y una estratagema. Prioriza objetivos y valora la información disponible tanto sobre el contenido o entidad objeto de comunicación, sobre los sujetos receptores de esa comunicación, así como establecer decisiones tanto en materia de contenidos como en la utilización de canales o herramientas de comunicación. La estrategia es un análisis, una ambición o intención y una decisión”.

El trabajo de los equipos multidisciplinarios del programa Epsum, se enfoca a la definición de estrategia de comunicación anterior, debido que en el programa Epsum se trabaja priorizando comunidades más necesitadas y vulnerables, realizando un diagnóstico, un plan y cumpliendo una normativa a través de estrategias de comunicación, donde se trazan objetivos, utilizan canales de comunicación.

De León Ruano¹⁷ (2015:13) citando a Pérez (2008), define una estrategia como métodos por los cuales se puede alcanzar los objetivos establecidos.

¹⁶Monerris, Antonio. 2006. Conceptos Estratégicos Claves en Menos de 100 Palabras. blogspot.com.

¹⁷De León Ruano, María Fernanda. 2015. Plan de Comunicación para el Programa la salud bucal. Tesis de Licenciatura de la Universidad de Rafael Landívar. Facultad de Humanidades. Escuela de Ciencias de la Comunicación. 13 p.

Al tener definido comunicación, comunicación para el desarrollo, diagnóstico y estrategia de comunicación y sus pasos, se da a conocer algunas herramientas que se pueden implementar para fortalecer una propuesta de estrategia de comunicación.

1.3.9 Facebook como herramienta de comunicación

Según estudiantes del cuatrimestre semestre en sus ensayos contemporáneos¹⁸ (2010:43:44) indican que *Facebook* surge en el año 2004 como un proyecto para los estudiantes de la Universidad de Harvard. Ese proyecto inicialmente cerrado se ha convertido en la red social más amplia del mundo, por encima de *MySpace*, su competidora (McCarthy, 2008).

Facebook es uno de los sitios web más visitados del mundo y se declara como un servicio social que conecta a la gente con amigos, conocidos y otros. Su objetivo es facilitar a sus usuarios el mantenerse en contacto con sus conocidos, para así poder comunicarse con ellos cada vez que quieran hacerlo. La red social, con sede en Palo Alto (California), cuenta hoy en día con centenares de empleados y tiene por lema "hacemos cosas revolucionarias". Uno de los creadores de *Facebook* ya vaticinó que la red social llegaría a tener 1.000 millones de usuarios.

Esta herramienta de comunicación ayuda a promocionar y divulgar, palabras que define la Real académica española como "elevar o hacer valer artículos, cualidades, personas y divulgar" y "Publicar, extender, poner al alcance del público algo", en este caso el trabajo que realizan los estudiantes en equipos multidisciplinarios en las comunidades.

¹⁸Estudiantes segundo cuatrimestre. 2010. Ensayos Contemporáneos. Creación y producción en diseño y producción. No. 38. Universidad de Palermo. Buenos Aires Argentina. Edición VI. 43 y 44 p.

1.3.10 Modelos de presencia en *Facebook*

Las herramientas que ofrece *Facebook* para estar presentes son básicamente tres: perfiles, grupos de usuarios y páginas.

- **Perfiles:** son las piezas fundamentales y las más flexibles. Cada usuario crea el suyo propio con datos personales, fotografías, etc, posteriormente, puede unirse a una o varias redes, las cuales suelen representar áreas geográficas, universidades, empresas importantes, etc. Es posible personalizar cada perfil instalando aplicaciones con las más diversas funcionalidades y estableciendo el nivel de privacidad que se crea conveniente.

Las principales ventajas de usar los perfiles para la Universidad de Palermo son la existencia de muchas aplicaciones disponibles, que son la forma habitual de presencia en esta red social y que tienen más funcionalidades de comunicación con otros usuarios: mensajes, chats y comentarios. Por ello no es de extrañar que muchas universidades en todo el mundo opten por ellos. Pero también tienen inconvenientes.

Uno es que nunca están disponibles para usuarios no registrados en *Facebook*, y otro es que en cierta ocasión los perfiles de universidades fueron eliminados por los administradores de *Facebook* por “no corresponder con nombres reales de personas, por lo que sería conveniente pensar en otras formas más seguras de presencia” Behrens, 2008). Si los perfiles están pensados para personas es mejor dejar esta opción. De cualquier forma la universidad puede estar presente a través de los perfiles de su personal, es decir la presencia del director o directora, el personal de referencia o quien se estime oportuno.

- **Grupos:** muchas universidades han optado por crear grupos. Estos pueden ser creados de forma gratuita por cualquier usuario y otras personas pueden unirse por iniciativa propia o mediante invitación de alguno de sus miembros. Entre sus ventajas están su facilidad de creación, las posibilidades de promoción al poder invitar a los contactos a unirse a él y una opción muy importante que permite a los administradores enviar mensajes a todos los miembros. El principal inconveniente es que sólo pueden tener las aplicaciones básicas: foros de discusión, muro de mensajes, publicación de fotografías, etc.

Esta herramienta actualmente es muy utilizada con el fin de integrar a personas en grupos estando informados de algún tema en común, donde la comunicación es el eje principal. Asimismo se puede optar a una página lo que podría ser más institucional, en la cual se da a conocer su trabajo y ofertas.

- **Páginas:** son la forma de presencia que el sitio recomienda para empresas, personajes famosos y otras organizaciones. Su lanzamiento se produjo en noviembre de 2007 y desde entonces muchas instituciones han optado por construir las suyas, con distintos niveles de éxito (Behrens, 2008). Su aspecto es similar al de un perfil, pero con funciones distintas.

1.3.11 El proceso de la comunicación

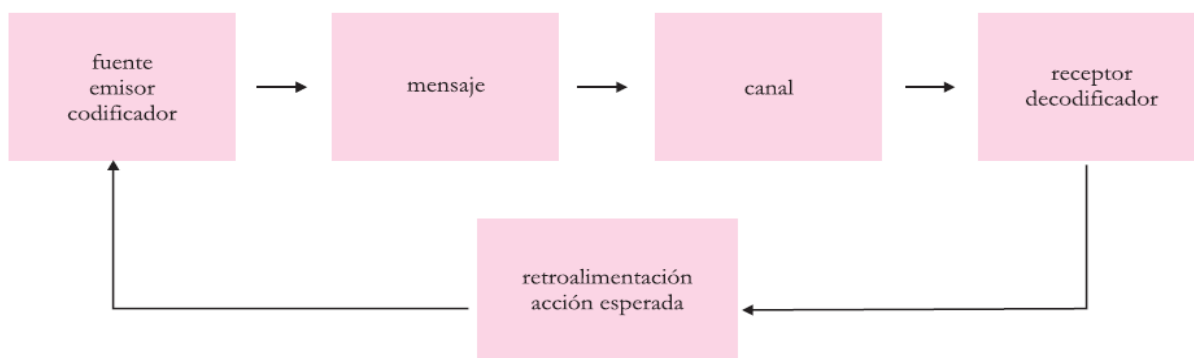
Serrano¹⁹ en su publicación menciona a Kurt Lewin quien define el proceso de la comunicación, como "un complejo sistema de acciones e interacciones personales y grupales, donde un individuo trasmite un mensaje a otro y éste a su vez responde a otro mensaje, lo que genera un proceso circular y continuo" (<http://comunicacionlp0202.blogspot.com/2013/02/comunicacion-humana-unidad-1-y-2.htm>).

¹⁹Serrano, Luis. .2015. <http://comunicacionlp0202.blogspot.com/2013/02/comunicacion-humana-unidad-1-y-2.htm>. Consulta efectuada el 19 de junio de 2015.

Berlo, David K. (1984:18:19)²⁰ dice "que la comunicación es una fuente, un encodificador, un mensaje y un canal. Si nos detenemos aquí ninguna comunicación se habrá producido, para que ésta ocurra ha de haber alguien en el otro extremo del canal. Si tenemos un objetivo, encodificamos un mensaje y lo ponemos en uno y otro canal, habremos efectuado tan solo parte de la tarea. Cuando hablamos, se hace necesario que alguien escuche, cuando escribimos, alguien tiene que leernos. La persona o las personas situadas en el otro extremo del canal pueden ser llamadas el receptor de la comunicación, es el blanco de ésta".

Estos son los componentes que se deben incluir en la discusión de un modelo de proceso de la comunicación.

Tabla de proceso de la comunicación



Fuente: propia, según modelo de Berlo David.

Según Vargas²¹ (2009:19) habla sobre el modelo de Aristóteles, enfatiza que en el proceso comunicativo el emisor tiene la intención de que su mensaje cause efecto en el receptor, una reacción o respuesta, a la que se le denomina retroalimentación o feedback es una relación de causa y efecto. El emisor dice algo y el receptor reacciona ante esto.

²⁰Berlo, David K. 1984. El Proceso de la Comunicación, Introducción a la teoría y a la práctica. Argentina. El Ateneo. 18, 19p.

²¹Vargas Rivera, Elia Ariadna. 2009. El proceso de la Comunicación. Unidad I. 19 p

Al respecto De Fleur²² (1970:19) indica: “el proceso comunicativo es fundamental para todos nuestros procesos psicológicos y sociales. Si no nos entregáramos reiteradamente a actos de comunicación con nuestros semejantes, ninguno de nosotros podría desarrollar los procesos mentales y la naturaleza social que nos distinguen de otras formas de vida. Sin los sistemas lingüísticos y otros importantes instrumentos de comunicación, no podríamos llevar a cabo los miles de procesos grupales organizados que utilizamos para coordinar nuestras actividades sociales y dirigir nuestras vidas intensamente interdependientes.

Como lo expone Escudero²³ (1990:11) el “proceso educativo se entiende como cualquier fenómeno que presenta una continua modificación a través del tiempo o cualquier operación de tratamientos continuos.

La comunicación o proceso comunicacional incluye como parte de su estrategia, el proceso de la observación.

1.4 Proceso de la observación

Tamayo y Tamayo,²⁴ (2003:63) indica que la observación es la más común de las técnicas de investigación, sugiere y motiva los problemas y conduce a la necesidad de la sistematización de los datos.

La observación científica debe trascender una serie de limitaciones y obstáculos los cuales podemos comprender por el subjetivismo; el etnocentrismo, los prejuicios, la parcialización, la deformación y la emotividad.

La observación se desglosa en diferentes tipos de observación, siendo estos:

²² De Fleur, M.L. 1970. Teorías de la comunicación masiva. Editorial Paidós. 19 p.

²³ Escudero, María Teresa. 1990. La comunicación en la enseñanza. Editorial Trillas. 11p.

²⁴ Tamayo y Tamayo, Mario. 2003. El Proceso de la Investigación Científica. Cuarta Edición. ILIMUSA. 63.

1.4.1 Tipos de observación

De acuerdo con los medios utilizados, con el grado de participación del observador, el lugar donde se realiza y con los observadores, la observación se puede clasificar en diferentes tipos que se presentan a continuación: Galtung citado por Tamayo presenta como variantes las siguientes:

1.4.2 Observación directa: es aquella en la cual el investigador puede observar y recoger datos mediante su propia observación.

1.4.3 Observación intersubjetiva: basada en el principio de que observaciones repetidas de las mismas respuestas por el observador deben producir los mismos datos.

1.4.4 Observación intrasubjetiva: expone que observaciones repetidas de las mismas respuestas por observadores diferentes deben producir los mismos datos.

1.4.5 Observación participante: es aquella en la que el investigador juega un papel determinado dentro de la comunidad en la cual se realiza la investigación.

1.4.6 La Observación no participante: en la que el investigador hace uso de la observación directa sin ocupar un determinado status o función dentro de la comunidad Indirecta.

1.4.7 Observación indirecta: el investigador corrobora los datos que ha tomado de otros ya sea de testimonios orales o escritos de personas que han tenido contacto de primera mano con la fuente que proporciona los datos.

La observación participante es una de las técnicas utilizadas en la investigación, en la que se es parte de la de la misma, para ello se necesita del apoyo del personal de la institución y documentos oficiales institucionales.

1.4.8 Conclusiones de lo observado

El proceso de la observación participante, permite confrontar lo que la gente dice de lo que hace y distinguir la norma de la práctica real, según Tamayo y Tamayo antes citado.

Se realizó el proceso de la observación desde el clima laboral administrativo y operativo en actividades de supervisión, personal administrativo y coordinación en actividades.

En el Programa ejercicio profesional supervisado multiprofesional -Epsum- existen variantes que hacen que la comunicación no sea la adecuada y que el mensaje no llegue al emisor correctamente.

Se inició la observación desde la comunicación interpersonal dentro del personal técnico y administrativo y existe una separación en grupos, lo cual afecta la comunicación desde lo interno y la comunicación se ve accidentada, lo que no favorece la comunicación interna y externa.

Los procesos de comunicación externas también se ven afectados porque no hay un proceso establecido de coordinación con los supervisores y coordinadores de ejercicio profesional supervisado -EPS-, de igual manera con los representantes de las municipalidades (socios y enlaces), lo que hace que al momento de la asignación de estudiantes a sus sedes presenten problemas de comunicación hacia el estudiante, supervisores, coordinadores de EPS de igual manera con socios, lo que ocasiona en algún momento molestias , desfases en el enfoque metodológico, diferencia de los niveles de exigencia de los resultados desde la unidad académica, sedes socios y Epsum lo que impacta negativamente al estudiantes disminuye el potencial en el impacto que se pretende genera especialmente a las comunidades y afecta la credibilidad del programa Epsum.

Al momento de realizar esta técnica se observó sobre la promoción y divulgación de Epsum, que no existe una persona que se encargue del tema para promocionar los logros obtenidos, desarrollados y concluidos por los equipos multidisciplinarios en las comunidades más necesitadas, únicamente se plasman en papel como en los informes mensuales y finales y si la autoridad universitaria lo solicita se presentan. Sobre la marcha de lo observado, y como avance en la mejoría de la comunicación del programa se creó una página en *Facebook*, por el epesista de comunicación, lo cual favorece la comunicación entre los estudiantes y Epsum.

Se ha observado que no se aprovecha los medio de comunicación que se tienen como institución de la Universidad de san Carlos de Guatemala: Radio Universidad, Televisión de la Universidad de San Carlos de Guatemala el Periódico universitario, Unidad de publicidad e información -UPI-, se utilizan muy poco por según ellos por demanda de trabajo.

La ausencia de un profesional encargado o tener los espacios establecido en los medios para Epsum, ya que el aporte que el EPSUM como programa da a través de los equipos multidisciplinarios a la sociedad guatemalteca es muy valioso e importante que merece dar un giro de 180 grados en su promoción y divulgación.

Existen pocos estudios sobre promoción y divulgación de EPSUM de parte de estudiantes epesistas, uno en el año 2008 y otros en el 2013, realizado por estudiantes de la escuela de Ciencias de la Comunicación, de los cuales hay un informe y nohubo seguimiento de la propuesta de creación de la página virtual²⁵ (2015:<http://programaepsun.blogspot.com>)

Asimismo cuando se tienen actividades académicas como por ejemplo los talleres de Inducción, de intercambio de experiencias de los equipos multidisciplinarios, se hacen gestiones o esfuerzos para que los medios de comunicación internos apoyen en cubrir los eventos, son muy pocos los que acceden.

²⁵<http://programaepsun.blogspot.com/>. Consulta efectuada el 22 de abril de 2015.

De igual manera no existe una página virtual donde se puedan cargar documentos grandes como videos, presentaciones ya que únicamente se cuenta con la pagina de *Facebook* en la que se busca hacer esas estrategias de comunicación.

También se observó en trifoliales y en documentos de la institución que se utiliza tres diferentes misiones y visiones, lo cual no es correcto para una institución como es el programa Epsum.

No existe material publicitario que se pueda utilizar en reuniones o talleres que realiza el programa Epsum.

Debido a esos antecedentes sobre la comunicación, divulgación y promoción es necesario que exista una plataforma de comunicación a través de una estrategia de comunicación, que abarque el campus central y centros regionales, para dar a conocer Epsum y cómo hacerlo a través de qué medios con que cuenta (radio, tv, periódico, paginas oficial, aulas virtuales).

1. 5 Objetivos del diagnóstico

1.5.1 Objetivo general

Detectar el problema de comunicación al interno y externos del programa ejercicio profesional supervisado multiprofesional para mejorar la promoción y divulgación del aporte que brinda a las comunidades.

1.5.2 Objetivos específicos

- Identificar los canales de comunicación que se utilizan al interno y externo de Epsum.
- Establecer los aspectos positivos y negativos comunicacionales a lo interno y externo del programa para mejorar la promoción en estudiantes sancarlistas y divulgación del los aportes.

- Analizar resultados obtenidos de la investigación y elaborar una propuesta de comunicación que ayude a mejorar la promoción y divulgación del apoyo comunitario.

1.6 Descripción institucional

El programa de ejercicio profesional supervisado multiprofesional conocido por sus siglas como Epsum, es una unidad de la dependencia de la Dirección general de extensión universitaria de la Universidad de san Carlos de Guatemala, ubicado en la 2da. Avenida 12-40 zona 1, 2do. Nivel ala sur Paraninfo universitario, con los teléfonos institucionales: 22329374, 22512764, 22537893, recientemente fue creada una página en *Facebook*: programa Epsum, para la comunicación con sus actores y público.

Es una dependencia que apoya al desarrollo comunitario a través del aporte técnico de los estudiantes epesistas integrados en equipos multidisciplinarios, que apoyan al desarrollo humano en las comunidades más necesitadas del país. Para realizar este trabajo hay varios actores, el Epsum como programa, los estudiantes el apoyo técnico, los socios que son los alcaldes de las municipalidades, coordinador local, gerentes de las mancomunidades entre otros.

Se les llama socios a los que apoyan o reciben al estudiante en las sedes. y los coordinadores locales son enlaces ante los líderes comunitarios, para que los estudiantes se inserten a la comunidad y realicen sus proyectos.

1.6.1. Comunidades atendidas

La palabra comunidad la define Causse²⁶ (2009:12:21) como "un grupo geográficamente localizado regido por organizaciones o instituciones de carácter político, social y económico.

²⁶Causse Cathcart, Mercedes.2009. El concepto de comunidad desde el punto de vista Socio-Histórico-cultural y Lingüístico. Centro de Información y Tecnología. Santiago de Chile. Cuba 12-21 p

Dentro de estas definiciones el criterio delimitativo es el más importante, al considerar como tal, un grupo, un barrio, una ciudad, una nación o un grupo de naciones, de acuerdo con los intereses de la clasificación.

Causse menciona en su libro a Héctor Arias (2003:28) con la definición de F. Violich, como un “grupo de personas que viven en un área geográficamente específica y cuyos miembros comparten actividades e intereses comunes, donde pueden o no cooperar formal e informalmente para la solución de los problemas colectivos”

A continuación se describe un listado de comunidades que atiende Epsum a través de los equipos multidisciplinarios²⁷ (2010:26) "los cuales son un conjunto de estudiantes de diferentes disciplinas que se integran y realizan su práctica profesional supervisada, en una institución determinada, quienes desarrollan sus actividades y proyectos de manera conjunta y coordinada de acuerdo a la metodología establecida por el programa Epsum.

- ✓ Municipalidad de san Antonio Sacatepéquez, san Marcos
- ✓ Municipalidad de la Esperanza, Quetzaltenango
- ✓ Mancomunidad Metrópoli de los Altos, Quetzaltenango
- ✓ Municipalidad de Chiantla, Huehuetenango
- ✓ Municipalidad de Joyabaj, Quiché
- ✓ Municipalidad de san Juan La Laguna, Sololá
- ✓ Municipalidad de san José Chacayá, Sololá
- ✓ Municipalidad de Sololá, Sololá
- ✓ Municipalidad de san Carlos Sija, Quetzaltenango
- ✓ Municipalidad de Malacatancito, Huehuetenango
- ✓ Municipalidad de Sibilia, Quetzaltenango

²⁷Documento Básico para el desarrollo del Ejercicio Profesional Supervisado, en Apoyo Técnico y Profesional a las comunas de los municipios priorizados" por el Consejo Interinstitucional de Cohesión Social. en convenio con la Universidad de San Carlos de Guatemala. 2010. 26 p.

- ✓ Municipalidad de san Pedro Sacatepéquez, san Marcos
- ✓ Municipalidad de Esquipulas Palo Gordo, san Marcos
- ✓ Mancomunidad Nororiente, Estanzuela, Zacapa
- ✓ Municipalidad de Cuilapa, Santa Rosa
- ✓ Municipalidad de Mataquesuinta, Jalapa
- ✓ Mancomunidad Mankatitlán, Panajachel, Sololá
- ✓ Ecomuseo, san Andrés Semetabaj, Sololá
- ✓ Municipalidad de san Cristóbal Totonicapán, Totonicapán
- ✓ Reserva natural de usos múltiples monterrico, Santa Rosa
- ✓ Reserva del Quetzal Mario Dary Rivera
- ✓ Registro de información catastral, RIC, Salamá, Baja Verapaz
- ✓ Municipalidad de san Luis Jilotepeque, Jalapa
- ✓ Municipalidad de Santa Lucía Utatlán, Sololá
- ✓ Secretaría de asuntos agrarios ,Finca COCARSA, Tukurú, Alta Verapaz
- ✓ Asociación de desarrollo integral de mujeres de impacto de vida -ADSODIMI-, Huehuetenango, Huehuetenango.
- ✓ Asociación del corredor del bosque nuboso, Purulhá, Baja Verapaz
- ✓ Municipalidad de san Pedro Sacatepéquez, San Marcos
- ✓ *Food for Education & Child Nutrition Program -FFE-, Project Concern International -PCI-, Cuilco, Huehuetenango*
- ✓ Mancomunidad de municipios del Sur Occidente del Departamento de Huehuetenango -Mamsohue- Huehuetenango, Huehuetenango.
- ✓ Mancomunidad Manclalaguna, Sololá
- ✓ Programa de Acciones Integrada de Seguridad Alimentaria y Nutricional del Occidente -Paisano-, *Project Concern International -PCI-, Jacaltenango, Huehuetenango*
- ✓ Mancomunidad de municipios de la cuenca del rio Naranjo –Mancuerna - san Marcos, san Marcos
- ✓ Asociación para el desarrollo integral para la familia guatemalteca -ADIFAG- Chiantla, Huehuetenango
- ✓ Auxiliatura san Juan el Obispo, Antigua Guatemala, Sacatepéquez

- ✓ Parroquia de Jutiapa, Jutiapa
- ✓ SESAN, Sajcavillá san Juan Sacatepéquez Guatemala
- ✓ Mancomunidad Copán Chortí, Jocotan, Chiquimula
- ✓ Mancomunidad Manclalaguna, san Pedro La Laguna, Sololá
- ✓ Secretaria de asuntos agrarios, Finca Nueva Concepción, Alta Verapaz
- ✓ Asociación Bala Bala, Río Hondo, Zacapa
- ✓ Municipalidad de Cuilapa, Santa Rosa
- ✓ Asociación de productores ALIAR, Los Aposentos, Chimaltenango
- ✓ Facultad de Odontología, Guatemala
- ✓ Mancomunidad Copán Chortí, Jocotan, Chiquimula
- ✓ Asociación para el desarrollo de la Sierra de las Minas, Seasir, Santa María Cahabón, Alta Verapaz
- ✓ Centro de Estudios de desarrollo seguro y desastres - Cedesyd-
- ✓ Mancomunidad de municipios de la cuenca del rio Naranjo -Mancuerna- san Marcos, san Marcos
- ✓ Consorcio de asociaciones del municipio de Santiago Atitlán, Sololá
- ✓ Asociación para el desarrollo sostenible de la región huista -Adsosmhu- Jacaltenango, Huehuetenango
- ✓ Programa nacional de resarcimiento, comunidad tierra y libertad, Río Dulce, Izabal
- ✓ Registro de información catastral, RIC, Salamá, Baja Verapaz
- ✓ Asociación de artesanos garífunas, Livingston, Izabal
- ✓ Auxiliatura S
- ✓ san Juan el Obispo, Antigua Guatemala, Sacatepéquez
- ✓ Municipalidad de san Rafael Pie de la Cuesta, San Marcos
- ✓ Consorcio de mujeres, Santiago Atitlán, Sololá

1.6.2 Disciplinas que integra EPSUM

1. Acuicultura
2. Administración de empresas
3. Agronomía

4. Arquitectura
5. Auditoría
6. Biología
7. Ciencias de la comunicación
8. Ciencias Jurídicas y Sociales
9. Economía
10. Forestales
11. Geología
12. Ingeniería
13. Ingeniería en gestión ambiental local
14. Nutrición
15. Pedagogía y administración educativa
16. Psicología
17. Relaciones internacionales
18. Trabajo social
19. Veterinaria y zootecnia

1.6.2 Proyectos de equipos multidisciplinares

- Infraestructura
- Organización comunitaria
- Gestión de riesgo y prevención de desastres
- Seguridad alimentaria
- Ambiente y saneamiento ambiental
- Desarrollo económico local
- Urbanización y ordenamiento territorial
- Servicios públicos municipales

1.6.4 Apoyo al estudiante que integra equipo multidisciplinario

- Ayuda becaria
- Asesoría
- Supervisión

- Acompañamiento
- Espacio físico
- Coordinador de sede
- De algunas sedes: hospedaje, combustible y vehículo para desplazarse a las comunidades e insumos y materiales para ejecutar proyectos.

1.6.5 Slogan institucional

“Intégrate a los equipos multidisciplinarios”

1.6.6 Logotipo institucional (al momento del diagnóstico no se utilizó el oficial)

1.6.7 Medios directos con estudiantes y coordinadores

- Llamadas telefónicas directas con estudiantes interesados en EPS y supervisores de EPS y socios.
- Talleres de Inducción donde los orientan al estudiante sobre el desarrollo del EPS.
- Presentación del programa Epsum para captación de estudiantes en unidades académicas.
- Talleres de intercambio de experiencias: Los realizan equipos multidisciplinario con la presencia de autoridades universitaria, docentes y de autoridades municipales o de sedes.
- Reuniones con estudiantes: Lo realiza el supervisor y el becado epesista antes de asignar sede.
- Correos electrónicos: Donde se traslada información para coordinar la integración de los equipos y envío de informes.
- *Facebook*. (Creado por epesista de comunicación)

1.6.8 Medios de comunicación para todo público

- Trifoliar: donde se informa su historia, visión, misión, requisitos y proyectos a trabajar por estudiantes.

- Banner: elaborados actualmente por epeista de la escuela de Ciencias de la Comunicación.
- Blog en desactualizado: este fue elaborado por epeistas de la escuela de Ciencias de la Comunicación en el año de 2008.
- Spot radiales: se tienen 2 desactualizados los cuales fueron realizados por estudiantes de la carrera de publicidad de la escuela de Ciencias de la Comunicación. año 2013.
- Video: sobre la importancia del trabajo de los equipos multidisciplinarios.
- Playeras: varios diseños pero sin la visibilidad del programa EPSUM, más con publicidad a el programa de voluntariado universitario.
- Gorras y Pachones: con publicidad únicamente de voluntariado universitario.
- Afiches: únicamente uno que fue trabajado por estudiantes de Ciencias de la Comunicación en el año 2013.

1.7 Qué es y cómo se conforma

Como lo indica el trifoliar informativo²⁸ (2010) que Epsum “es un programa técnico-administrativo, docente y de servicio, que coordina dos componentes dentro de su estructura; por un lado la integración de estudiantes del ejercicio profesional supervisado -EPS- de las diferentes carreras en equipos multiprofesionales y ubicación de diversas entidades de desarrollo y por otro lado el programa del voluntariado universitario, ambos componentes apoyan acciones que la sociedad organizada demanda para coadyuvar al bienestar integral”.

²⁸Guatemala. EPSUM. 2010. Trifoliar informativo EPSUM

Actualmente es nombrado programa Epsum, siendo la última letra de sus siglas multiprofesional, por el trabajo realizado por los equipos, según la propuesta de reestructura de Epsum²⁹ (2013:15) se define el término multidisciplinario que “orienta a una dinámica de las diferentes disciplinas con un enfoque articulado, mediante lo cual, los equipos de estudiantes proponen soluciones técnicas integrales a la problemática nacional”, es lo que realmente hacen los equipos multiprofesionales.

A diferencia del ejercicio profesional supervisado -EPS- de las unidades académicas como lo indica la facultad de Arquitectura³⁰ que es “un programa de proyección y extensión a las comunidades, donde los estudiantes que han cerrado pensum; bajo la supervisión de profesores; someten a la práctica los conocimientos adquiridos durante el desarrollo de su carrera, aplicándolos al servicio de la sociedad en comunidades de un municipio de la República de Guatemala o a instituciones de enfoque social, contribuyendo con ello, dentro del campo de su competencia, a mejorar la calidad de vida de las poblaciones”. (www.farusac.com)

Teniendo en cuenta la importancia de un medio de comunicación en cualquier institución para dar a conocer su trabajo, el trabajo de Epsum se conoce, en algunos medios de comunicación internos institucionales, radio, televisión y medios escritos como trifoliales, afiches, y algunos informes realizados por algunos estudiantes que Epsum integra estudiantes en equipos multiprofesionales de distintas carreras, con tiempos diferentes de EPS, según el normativo de la unidad académica, pero con un mismo fin y un normativo que cumplir a lo interno de Epsum, algunos estudiantes deben cumplir con proyectos individuales de su unidad académica.

La coordinación y supervisión tanto de Epsum como de las unidades académicas y enlace de las municipalidades o sedes de EPS juegan un papel en el trabajo de

²⁹Guatemala. EPSUM. 2013. Propuesta de Reestructura. 15p.

³⁰www.farusac.com. Consulta efectuada el 28 de abril de 2015.

los equipos multiprofesionales, debido a que son los responsables del monitoreo, seguimiento y evaluación para medir los resultados.

Las unidades académicas dentro del quehacer Epsum, son las que asignan a los estudiantes de EPS a integrarse en equipos multidisciplinarios, utilizando un procedimiento de selección a lo interno de la unidad académica. Las unidades académicas son las facultades y escuelas no facultativas dentro de una Universidad, en este caso se refiere a las unidades académicas con quienes el EPSUM trabaja, comunica y coordina para fortalecer la asignación o la elección a través de los EPS.

No todas las unidades académicas trabajan juntamente con Epsum, debido a la poca visibilidad de Epsum en años anteriores y la poca comunicación entre unidades académicas y el EPSUM, por aspectos políticos, dinámica propia del EPS de las unidades académicas que no se acoplan (por ejemplo medicina) así como normativos y disposiciones internos de las unidades académicas que no permiten participar en el programa Epsum. Técnicamente Epsum busca la participación de todas las unidades académicas, fundamentado en las normas, filosóficas, éticas y legales de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

El fundamento deontológico y filosófico que trabaja EPSUM con las unidades académicas es el Ejercicio Profesional Supervisado -EPS- (a nivel licenciatura) o la práctica profesional supervisada -PPS- (nivel técnico) experiencias docentes en la comunidad (EDC) y otras.

Para el cumplimiento de sus objetivos y funciones el ejercicio profesional supervisado multidisciplinario, en el Manual de organizacional actualizado³¹ (2015:8), está organizado con los puestos siguientes:

³¹Guatemala. EPSUM. 2015. Manual Organizacional EPSUM actualizado. 8p.

1.7.1 Descripción técnica de puestos

Nombre	No. de Plazas		Código
Coordinador ejecutivo	1	022	99.99.90
Secretaria I	2	011	12.05.16
Oficinista gestor	11	022	99.99.90
Auxiliar de servicios I	8	022	99.99.90
Auxiliar de tesorería	1	011	04.15.15
Supervisores de EPS	3,4,9,10	022	99.99.90
Monitores del Volusac	6 y 7	022	99.99.90

Fuente: Manual organizacional Epsum actualizado.

1.8 Antecedentes

El antecedente más lejano a la experiencia Epsum como programa de la Universidad está en el programa Prosac que durante cinco años funcionó en esta casa de estudios.

En 1976 representantes de diferentes unidades académicas ante el Consejo superior universitario, plantearon la necesidad de retomar el proyecto de EPS de manera multiprofesional pero con un enfoque económico y social, a este se le llamó unidad académica y de desarrollo económico social de formación multiprofesional -Unades- que pretendía constituirse en el grado más elevado de enseñanza, aprendizaje y procedimiento de trabajo que debidamente sistematizados retroalimentarían la acción docente de la Universidad.

Esta propuesta no prosperó, por lo que el Consejo Superior Universitario decidió conformar una comisión para elaborar lo que sería conocido como programa Epsum siendo los siguientes acontecimientos los hechos las claves para el desarrollo histórico del mismo:

- a. En el año 1,983, el Consejo superior universitario nombra la Comisión para la elaboración de la propuesta de creación del programa del

ejercicio profesional supervisado multidisciplinario con representantes de los decanos.

- b. En el año 1984, la Comisión para la elaboración de la propuesta de creación del programa del ejercicio profesional supervisado multidisciplinario, informa de su actuación y entrega al Consejo superior universitario el proyecto del programa del Epsum, cuya recepción queda plasmada en acta 22-84 de fecha 9 de octubre de 1984.
- c. En el año 1986, según punto SEGUNDO del acta No. 4-86 de fecha 3 de marzo de 1986, el Consejo superior universitario aprueba finalidades y objetivos del programa del ejercicio profesional supervisado multidisciplinario -Epsum-, con la recomendación que dicho programa se desarrolle en forma experimental. Deja pendiente de discusión el reglamento.
- d. En el mismo año, según punto SEGUNDO del acta No. 23-86 de fecha 29 de septiembre de 1986, aprueba los subprogramas y proyectos, aspectos metodológicos, campos de acción y fases de desarrollo en los cuales debe enfocar sus esfuerzos el programa. Deja pendiente de discusión el inciso de estructura organizativa.
- e. En el año 1987, el Consejo superior universitario en punto SEGUNDO, del acta No. 13-87 de fecha 17 de junio de 1987, forma una comisión integrada por los decanos de las facultades para que previo estudio, proponga una posible estructura organizativa del programa Epsum y discuta otros puntos relacionados con la organización de los programas, subprogramas y proyectos y del funcionamiento de las distintas fases de desarrollo del programa. Deja pendiente de discusión los puntos de programación y presupuesto.

f. En el año 1991, punto QUINTO del acta No. 14-91, de fecha 6 de marzo de 1991, el Consejo superior universitario acordó encargar a la comisión de extensión universitaria de ese organismo, elaborar la propuesta de reestructuración del programa Epsum, la cual fue presentada y aprobada conjuntamente con el presupuesto inicial en punto SEXTO del acta No. 18-91 de fecha 17 de abril de 1991. La estructura aprobada es la siguiente:

- Comisión coordinadora
- Coordinador general
- Apoyo logístico

En la misma sesión se conoce el Reglamento donde se complementa la estructura con un comité ejecutivo, programas y subprogramas.

g. El 3 de febrero de 1992, se inicia el programa piloto con 4 equipos de estudiantes de ejercicio profesional supervisado generándose la primera experiencia multidisciplinario.

h. En el año 1993, se conformó la comisión Epsum integrada por los coordinadores de EPS de las facultades y escuelas no facultativas.

i. En el año 2001, según acuerdo de rectoría No. 165-2001, de fecha 26 de febrero de 2001, se crea la comisión de desastres de la Universidad de san Carlos de Guatemala, como parte del Consejo de extensión universitaria, estableciéndose como sede el Epsum.

j. En el año 2002, la Dirección general de extensión universitaria presenta el proyecto de reestructura de esa Dirección general en el que se incluye la creación de la subdirección de proyección académica de la sociedad, donde contempla la inclusión del Epsum en su estructura, sin

cambios en su organización interna, sin embargo está propuesta no fue autorizada.

- k. En el año 2005, según acuerdo de rectoría No. 224-2005 de fecha 4 de marzo de 2005, se crea la comisión de voluntariado de la Universidad de san Carlos de Guatemala, como parte del Consejo de extensión universitaria con sede en Epsum, sin embargo este último, lo incluyó dentro de su estructura organizativa.

- l. En el año 2006, según acuerdo de rectoría No. 802-2006 de fecha 23 de junio de 2006, se aprueba el Manual de organización de la dirección general de extensión y sus dependencias, donde el Epsum aparece con la estructura organizativa siguiente:
 - Dirección general de extensión universitaria
 - Programa Epsum
 - Secretaría
 - Tesorería
 - Comisión de voluntariado
 - Centro guatemalteco de voluntariado
 - Comisión de desastres
 - Supervisión de proyectos

- m. En el año 2008, se crea el Centro de estudios de desarrollo Seguro y desastres, según punto SEXTO, inciso 6.4 del acta No. 08-2008, de la sesión del Consejo superior universitario, el día 9 de abril de 2008. Dicho Centro absorbe las funciones de la comisión de desastres creada en el 2001 por lo que desaparece de la estructura del Epsum.

- n. En el año 2011, la División de desarrollo organizacional conjuntamente con la Dirección general de extensión universitaria, elaboró la propuesta de reestructura de esa dirección general, la cual propone la creación de

la División de proyección académica y social, integrada por el Epsum y otras dependencias, en esta propuesta se conserva la estructura autorizada en el Manual de organización. Sin embargo la propuesta de reestructura está pendiente de autorización por el Consejo superior universitario.

- o. En el año 2013, Secretaría general solicita a la División de desarrollo organizacional dictaminar sobre dos normativos administrativos que presentó el programa de ejercicio profesional supervisado multidisciplinario -Epsum-, emitiéndose el dictamen DDO-001-2013 de fecha 14 de febrero de 2013, en el cual se recomienda que previo autorizar los normativos es necesario que la Dirección general de extensión universitaria, presente al Consejo superior universitario una propuesta de reestructura organizativa y funcional del programa Epsum.
- p. El Coordinador del ejercicio profesional supervisado multidisciplinario - Epsum-, según referencia Ref. Epsum145-2013, de fecha 04 de junio de 2013, solicita el apoyo de la División de desarrollo organizacional para que intervenga en la elaboración de la propuesta de reestructura del mismo, conjuntamente con personal del Programa.

1.8.1 Marco legal

El programa Epsum del ejercicio profesional supervisado multidisciplinario fue creado por el Consejo Superior Universitario “en todo su contenido el dictamen presentado por la comisión encargada en relación a la administración y su presupuesto inicial” según el punto SEXTO del acta No. 18-91 de fecha 17 de abril de 1991. Este programa fue adscrito a la Dirección general de extensión, este fue formalmente incorporado según Manual de organización de la Dirección general de extensión y sus unidades aprobado por acuerdo de rectoría No. 802-2006 de fecha 23 de junio de 2006.

1.9 Misión

El programa Epsum cuenta con 3 versiones de misión y visión, en diferentes documentos oficiales.

1.9.1 Misión en trifoliar

Integrar equipos multiprofesionales con estudiantes del ejercicio profesional supervisado -EPS- de las prácticas profesionales supervisadas -PPS- y de otras experiencias docentes con la comunidad -EDC- que contribuyan al desarrollo integral de la población, mediante el diagnóstico, la propuesta y ejecución de plan de trabajo con participación comunitaria³² (2013).

1.9.2 Misión en documento de reestructura

Integrar equipos multidisciplinarios y multiprofesionales que contribuyen al desarrollo integral y el bienestar de la población, mediante el análisis participativo de la realidad, la producción de bienes y servicios de calidad, la propuesta y ejecución de soluciones integrales a la problemática local, regional y nacional.

1.9.3 Misión en manual de organización

Somos un grupo de profesionales y técnicos que nos encargamos de integrar estudiantes de ejercicio profesional supervisado -EPS-, prácticas profesional supervisada -PPS- y de otras experiencias docentes con la comunidad -EDC- de diferentes carreras en equipos multidisciplinarios que contribuyen al desarrollo integral y el bienestar de la población, mediante el análisis participativo de la realidad, la producción de bienes y servicios de calidad, la propuesta y ejecución de soluciones integrales a la problemática local, regional y nacional.

³²Guatemala. EPSUM. Trifoliar. 2013

1.10 Visión

1.10.1 Visión en trifoliar

Vincular a la Universidad con la sociedad, para que los estudiantes fortalezcan los conocimientos adquiridos en las aulas universitarias aplicándolos a la realidad nacional y potencializar en forma efectiva proyectos integrados e individuales para el desarrollo integral de las comunidades con mayor necesidad.

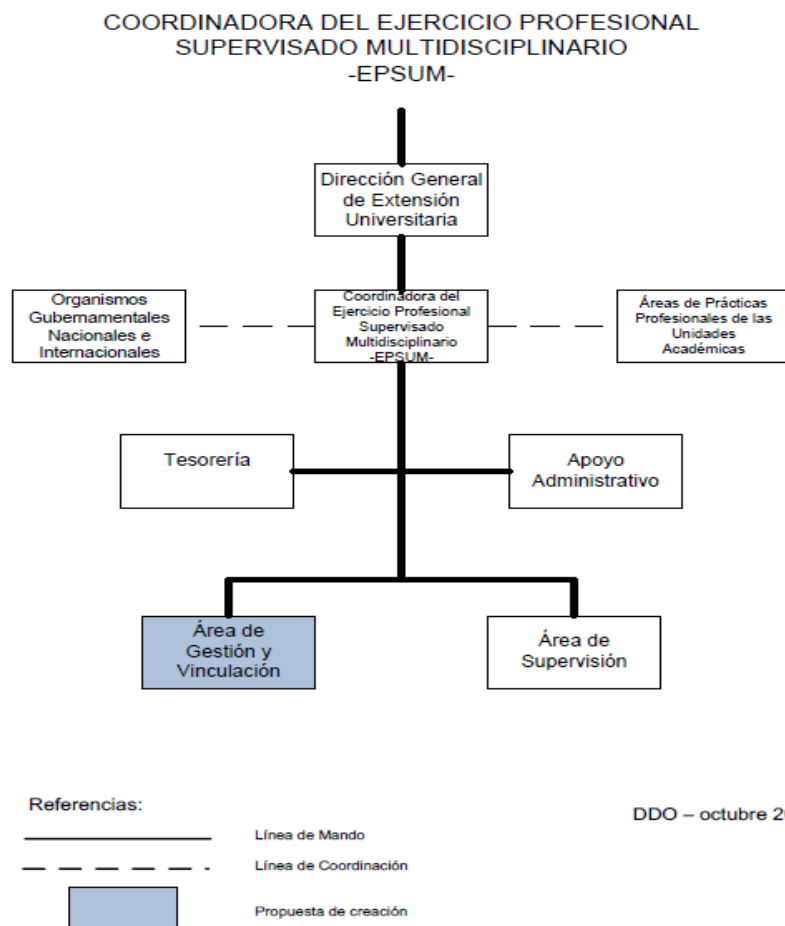
1.10.2 Visión en documento de reestructura

Ser un programa que coordine y fortalezca a los programas de prácticas supervisadas de la Universidad de San Carlos de Guatemala constituyéndose en una unidad ejecutora de proyectos de extensión académica, de investigación y de servicio, con alto grado de eficiencia, que facilite la gestión de recursos para el desarrollo de las comunidades.

1.10.3 Visión en manual de organización

Ser una dependencia que coordine y fortalezca a los programas de prácticas supervisadas de la Universidad de San Carlos de Guatemala, constituyéndose en una unidad ejecutora de proyectos de extensión académica, de investigación y de servicio, con alto grado de eficiencia, que facilite la gestión de recursos para el desarrollo de las comunidades.

1.11 Organigrama institucional



Fuente: Institucional.

Dentro de la estructura organizacional de Epsum actualmente se encuentra el voluntariado universitario el cual no aparece dentro de este organigrama, debido que está en reestructura.

Como herramienta básica para el análisis de fortalezas y debilidades, así como la detección de amenazas y posibles oportunidades, se incluyó la utilización de la herramienta de análisis estratégico FODA, para conocer a profundidad el tema de la comunicación a nivel interno y externo del programa.

1.12 FODA

		Aspectos internos		Aspectos externos	
		FORTALEZAS	DEBILIDADES	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
COMUNICACIÓN	Alianzas institucionales (municipalidades, mancomunidades, organizaciones no gubernamentales y ONG)	Ausencia de una plan de comunicación	Creación de una página <i>web</i> para difundir o divulgar los proyectos y actividades	Mantenerse estancado, sin dar a conocer su trabajo.	
	Espacios en diferentes sedes del país	Inadecuada comunicación y en las relaciones humanas	Acceso y apoyo de los medios de comunicación internos (radio, TV-USAC, periódico universitario,	Retiro de socios	
	Integración de estudiantes en equipos multidisciplinarios	Poca difusión e información de proyectos	Proyectos de impacto	Poca integración de estudiantes	
	Aporte técnico y financiero a las comunidades más necesitadas	Poca comunicación y coordinación de la OMP hacia Epsum	Gestión de recursos económicos con municipalidades y otras instituciones		
	Ayudas becarias a estudiantes de EPS	Debilidad en los canales de comunicación en cuanto a la retroalimentación de solicitudes de epesistas.	Creación de manuales informativos para los actores		
	Alianzas institucionales (municipalidades, mancomunidades, organizaciones no gubernamentales y ONG)	Inexistencia de una página web o <i>Facebook</i> .	Apoyo de otras unidades de diseño e impresión de documentos publicitarios		
	Espacios en diferentes sedes del país	Poca comunicación con las unidades académicas.	Crecimiento en becas y socios		
	Integración de estudiantes en equipos multidisciplinarios	No definida su misión y visión	Mayor aporte a la sociedad guatemalteca		
	Aporte técnico y financiero a las comunidades más necesitadas	Poco financiamiento para becas	Creación de una página <i>web</i> para difundir o divulgar los proyectos y actividades		
	Ayudas becarias a estudiantes de EPS	Pocas reuniones con personal administrativo, para comunicar y coordinar actividades.	Acceso y apoyo de los medios de comunicación internos (radio, TV-USAC, periódico universitario, Departamento de Publicidad)		

Capítulo II

Análisis de resultados del diagnóstico

2.1 Metodología

En la investigación sobre “Los medios de comunicación que utiliza Epsum con el estudiante y supervisores de EPS de las unidades académicas y de los centros universitarios”.

Se utilizará la metodología cuantitativa para la recolección de datos de muestras más grandes y la cualitativa para muestras más pequeñas donde se profundizará sobre las variables que se determinaron, en este caso se tendrá a tres actores que son los estudiantes de EPS de diferentes unidades académicas del campus central y de los centros universitarios integrados al programa, supervisores de EPS de unidades académicas y centros universitarios que actualmente trabajan con el Epsum y por último a los supervisores del programa Epsum.

Se utilizará una encuesta con los estudiantes y supervisores de las unidades académicas del campus central y centros universitarios vía electrónica, por encontrarse el grupo objetivo en diferentes departamentos de la república. Asimismo se elaborará una entrevista a los 3 supervisores del Epsum, encargados de la captación de estudiantes y dar la información al estudiante sobre el programa, antes y durante el desarrollo del EPS.

2.2 Descripción del tipo de comunicación utilizada

Por las variables utilizaremos la comunicación al desarrollo, por ser un proceso estratégico que fomenta los cambios sociales y al detectar en el diagnóstico realizado que el Epsum necesita comunicarse hacia afuera para dar a conocer sus logros, proyectarse al externo de la institución para:

- Aumentar el número de estudiantes e integrar mayores equipos multidisciplinarios.

- Generar mayores productos y propiciar impactos a nivel local.
- Fortalecerse institucionalmente como programa.

2.3 Tipo de investigación

La investigación será descripción cuantitativa porque recaba datos sólidos, medibles y el instrumento y la técnica a utilizar es la encuesta; la investigación cualitativa es la que busca ahondar en las percepciones y sentimientos de las personas y la técnica a utilizar es la entrevista, la investigación será descriptiva, porque nos dará una visión general de lo que ocurre en el proceso de la comunicación del programa Epsum.

2.4. Técnicas e instrumentos

2.4.1 La observación: técnica utilizada en el diagnóstico, donde se identificaron problemas en la manera de la comunicación a lo externo del programa lo que le resta visibilidad y promoción, tomando en cuenta estas deficiencias se determina que lo que necesita el programa es tipo de mediación de desarrollo comunicacional para lograr un mayor impacto institucional y local, por ello se estableció que sus prioridades eran cómo cuándo y por qué se comunicaban.

2.4.2 La entrevista: establece el cómo, con quién y cuándo se comunican los supervisores de Epsum con las unidades académicas y centros universitarios en relación a la) captación estudiantes. b) informar al estudiante sobre el programa c) aprobar su EPS. Este proceso comunicativo lo realizan los 3 supervisores.

2.4.3 La encuesta: está dirigida a los estudiantes que actualmente están en Epsum con el objetivo en obtener información siguiente:

También se realizará una encuesta a los supervisores de las unidades académicas del campus central y centros universitarios que actualmente trabajan con Epsum, para obtener información de las variables.

2.5 Fórmula aplicada a la población

Se utilizará para la población menor a 100,000 la fórmula de poblaciones finitas:

$$n = \frac{4 \cdot P \cdot Q \cdot N}{4 \cdot Q \cdot P + (N-1) \cdot E^2}$$

Dónde:

n= Tamaño de la muestra.

N= Tamaño de la población

4= Estadístico que prueba al 95% de confianza

E2= Máximo error permisible (5%)

P= Probabilidad de éxito (0,5)

Q= Probabilidad de fracaso (0,5)

2.6 Descripción de la fórmula

Con los 25 coordinadores de las unidades académicas del campus central y de centros universitarios no se aplica la fórmula por ser poca la población, para los estudiantes se utilizará una muestra total de estudiantes, siendo así:

n: 92

N: 121

4: 95%

E2: 5%

P: 0.5%

Q: 0.5%

$$92 = \frac{95\%(0.5)(0.5)(121)}{95\% + (121-1)0.5}$$

Se obtuvo el tamaño de la muestra (n) 92 debido al tamaño de la población (N) es 121 estudiantes, con el 95% de confianza (4) y el 5% máximo error muestral (E2), 50% de probabilidad de éxito (P) y 50% de Probabilidad de fracaso (Q) y se realizará vía

electrónica en formato de *typeform* poderosa plataforma para la creación de formularios, para realizar encuestas por internet.

2.7 Presentación de resultados

Se presentan los resultados de la encuesta dirigida a estudiantes de EPS de las distintas unidades académicas del campus central y de centros universitarios integrados en equipos multidisciplinarios del programa Epsum.

Gráfica No. uno

¿Cuál es su unidad académica?

93 de 93 personas han respondido esta pregunta



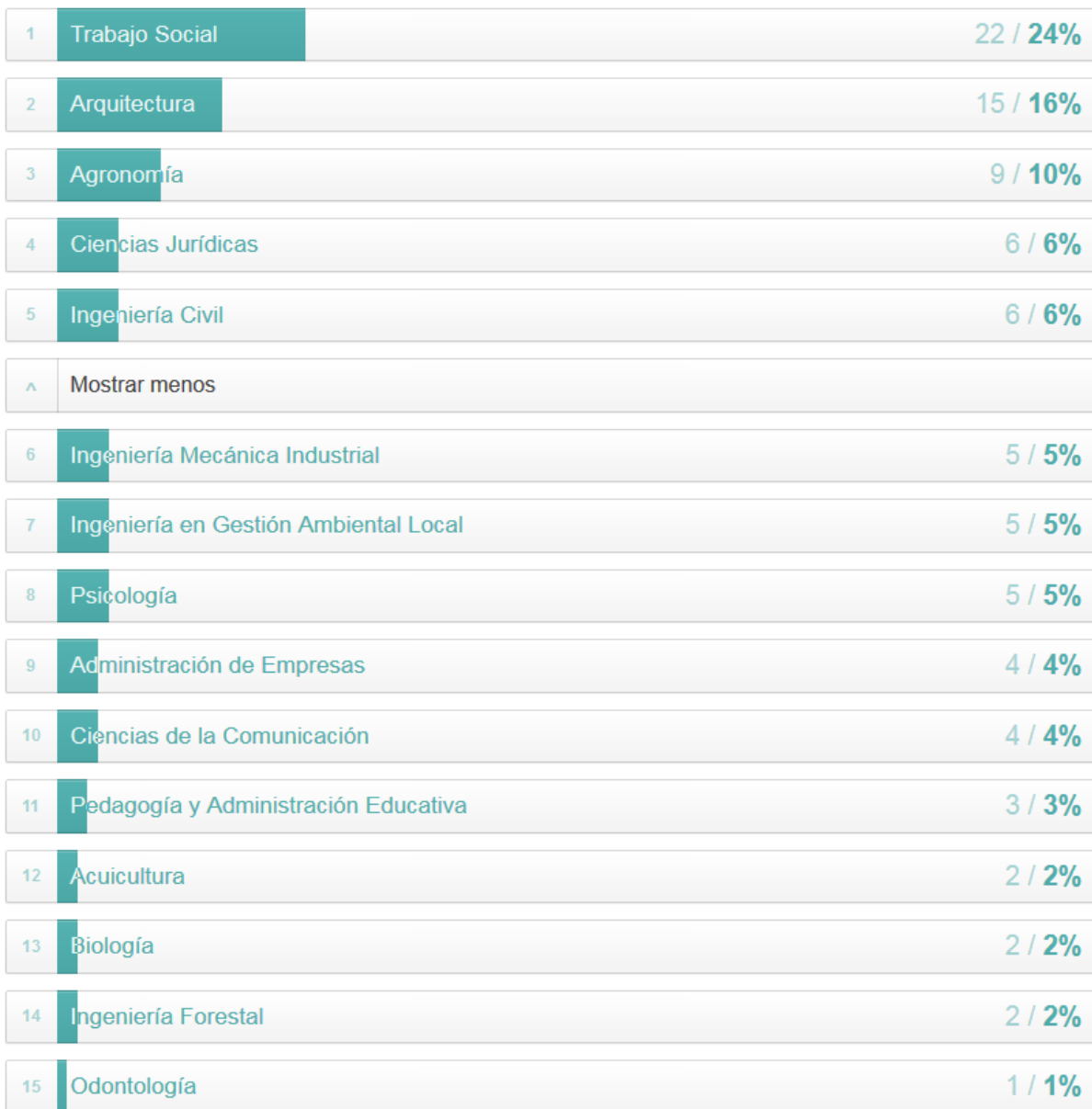
Fuente propia.

Se obtuvo respuesta de la muestra que era el 92 %, siendo el número mayor de estudiantes de las carreras de trabajo social con el 23 %, Arquitectura e Ingeniería con el 17 % y Agronomía con el 12 %, Ciencias Jurídicas y Sociales con el 6 % y las carreras de Humanidades con el 5 %, Ciencias de la Comunicación, Económicas y Ciencias Químicas y Farmacia con el 4 % lo que hace un 92 % de la población.

Gráfica No. dos

¿Qué carrera?

93 de 93 personas han respondido esta pregunta



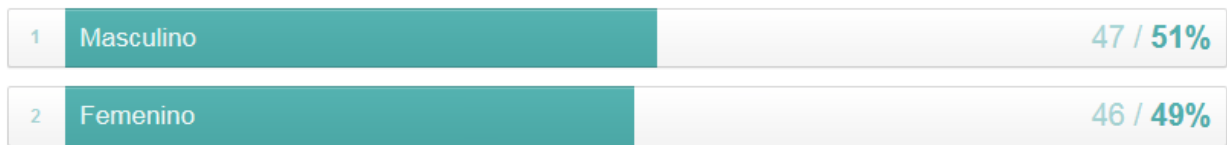
Fuente propia

Respondieron estudiantes de las diferentes carreras que actualmente tienen asignados a estudiantes en Epsum e integran los equipos multidisciplinares.

Gráfica No. tres

Sexo

93 de 93 personas han respondido esta pregunta



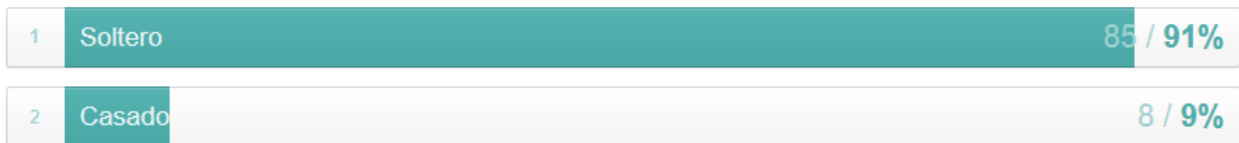
Fuente propia

El total de la población que responde a nuestra encuesta y lo muestra la gráfica es de 51 % de hombres y 49 % de mujeres.

Gráfica No. cuatro

Estado Civil

93 de 93 personas han respondido esta pregunta



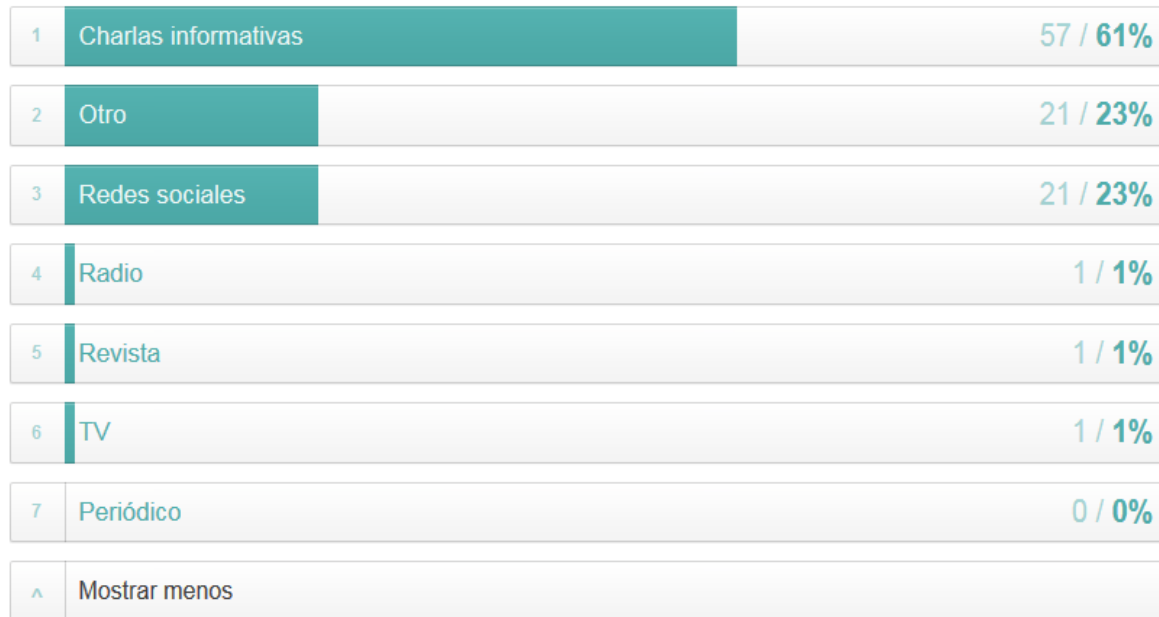
Fuente propia

El 91 % de los estudiantes integrados en equipos multidisciplinarios es soltero y un 9 % son casados.

Gráfica No. cinco

¿Por qué medio de comunicación se enteró del Programa EPSUM?

93 de 93 personas han respondido esta pregunta



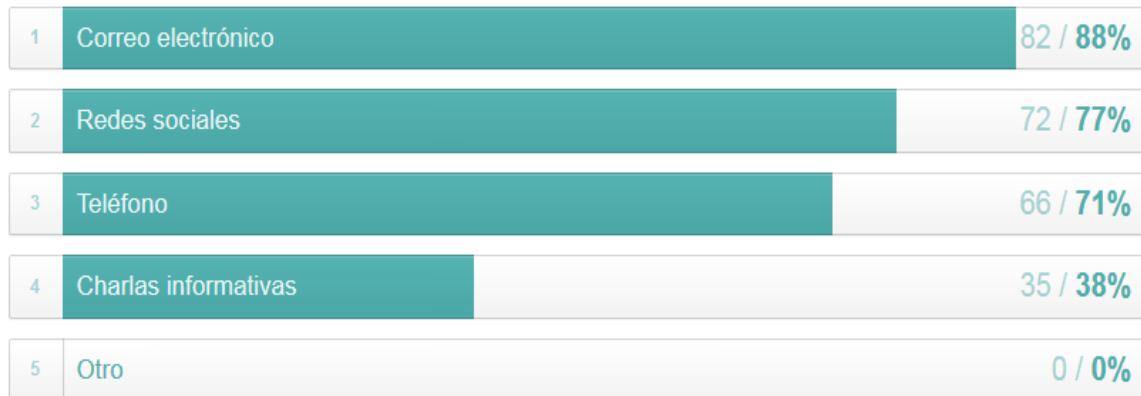
Fuente propia

Se obtuvo respuesta de 57 estudiantes que hace el 61 % de estudiantes integrados en equipos multidisciplinarios indicaron que se enteraron de Epsum por medio de **charlas informativas** y 21 de ellos indicaron que por otro medios y el otro 23% de los estudiantes indican que por medio de **redes sociales** (*Facebook*). Esta última respuesta es porque se ha creado una página para el primer semestre 2015, el cual ha sido aceptado por el público.

Gráfica No. seis

¿Qué medios de comunicación utiliza EPSUM?

93 de 93 personas han respondido esta pregunta



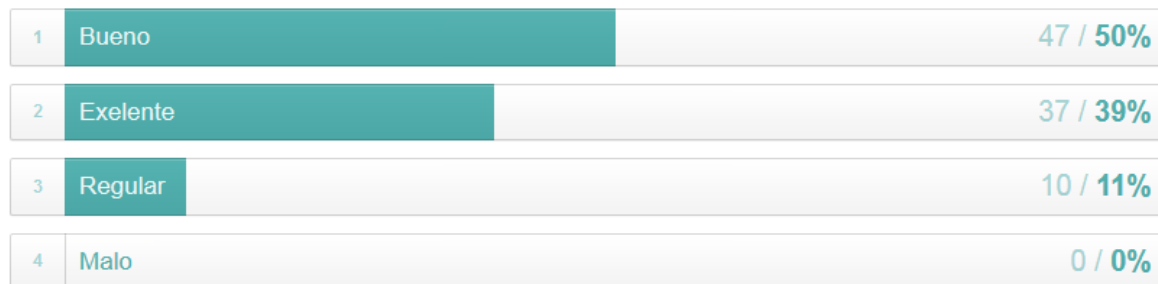
Fuente propia

Los estudiantes respondieron que el medio de comunicación más utilizado por Epsum es el **correo electrónico** con un 88 %, y en segundo lugar las **redes sociales** (*Facebook*) con un 77 % y en tercer medio el teléfono con el 71 % y un 38 % por charlas informativas.

Gráfica No. siete

¿Cómo valora ese proceso?

94 de 94 personas han respondido esta pregunta



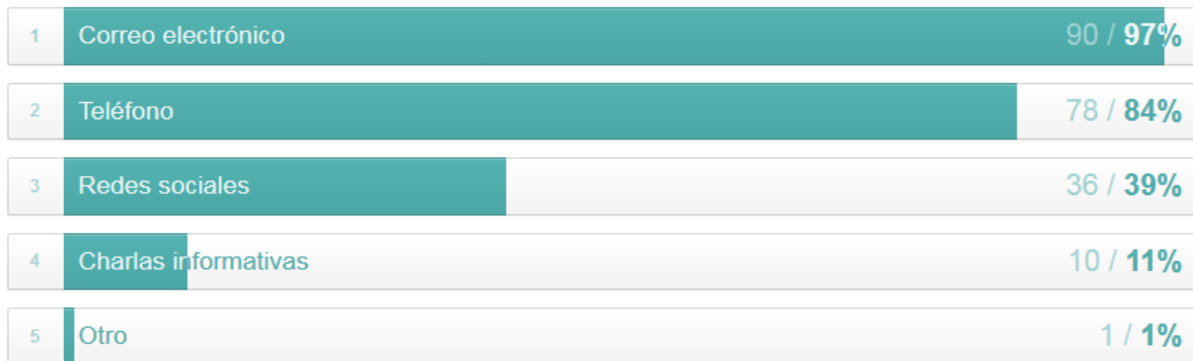
Fuente propia

El 50 % de los estudiantes valoran el proceso de comunicación que utiliza EPSUM a través de correo electrónico como **buena** y el 39 % como excelente y un 11 % regular, lo que indica que hace falta mejorar esos medios de comunicación para que sean más efectivos.

Gráfica No. ocho

¿Cómo se comunican los supervisores de EPSUM con usted?

93 de 93 personas han respondido esta pregunta



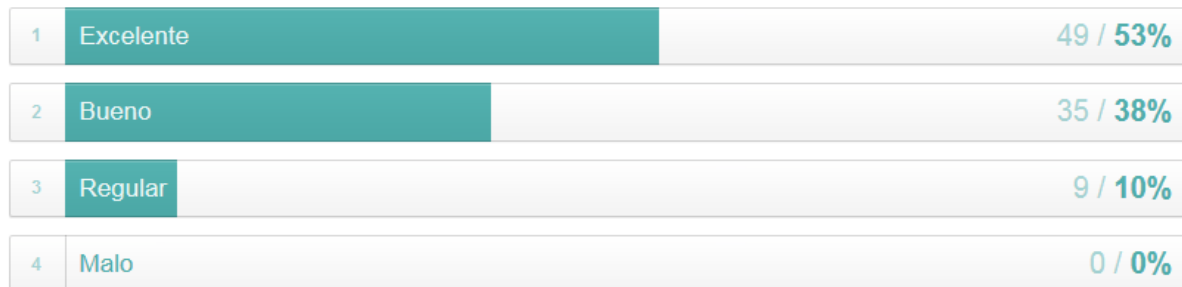
Fuente propia

Se obtuvo respuesta de 90 estudiantes que el medio con que se comunican los supervisores de EPSUM es por medio de **correo electrónico** con un 97 % y 78 responden que la comunicación es por medio de **teléfono** con un 84 % y 39 por ciento que lo hacen por medio de **redes sociales** (facebook), un 11 % que lo hacen por medio de **charlas informativas**.

Gráfica No. nueve

¿Cómo valora ese proceso?

93 de 93 personas han respondido esta pregunta



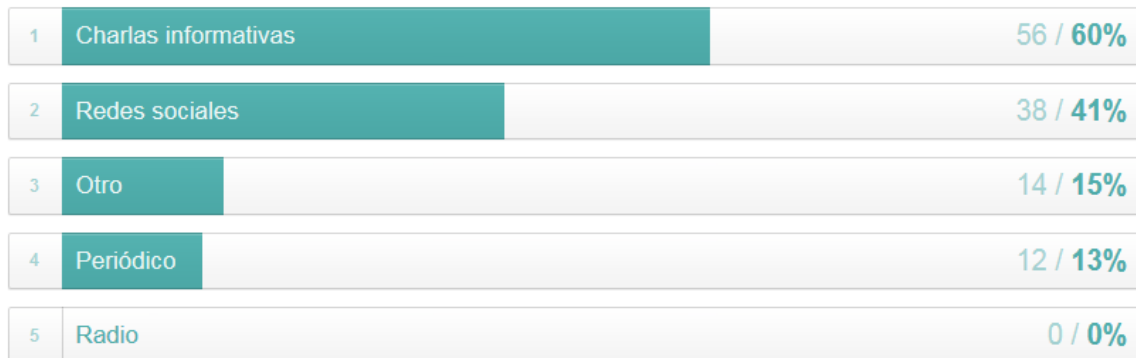
Fuente propia

El 53 % de los estudiantes valoran **excelente** el proceso de comunicación que utilizan los supervisores EPSUM para comunicarse con ellos y con un 38 % bueno y un 10 % regular que hace un 48 %. Lo que indica que este medio si es efectivo para el estudiantes.

Gráfica No. diez

¿Que medio de comunicación posee su unidad académica para divulgar los resultados logrados por usted como epesista?

93 de 93 personas han respondido esta pregunta



Fuente propia

Se obtiene respuesta de 56 estudiantes que su unidad académica divulga los resultados por medio de **Charlas informativas** con un 60 % y 38 estudiantes que es por medio de **redes sociales** (*Facebook*) con un 41 %, respondiendo 14 de ellos que lo hacen por otro medio siendo el 15 % y un 13 % responde de periódico.

Resultados de la encuesta dirigida a supervisores de EPS de unidades académicas del campus central y de centros regionales

Gráfica No. uno

¿Cuál es su unidad académica?

21 de 21 personas han respondido esta pregunta



Fuente propia

La encuesta estuvo dirigida a supervisores de EPS de los cuales respondieron 21 unidades académicas siendo la más alta la facultad de Ingeniería con el 29 % respuesta y Arquitectura, Agronomía, Ciencias Químicas y Farmacia y Trabajo Social hacen un total del 44 % con un 14 % y 10 % de respuesta cada una y las demás unidades un 30 % en total.

Gráfica No. dos

Carrera a su cargo

21 de 21 personas han respondido esta pregunta

1	Agronomía	3 / 14%
2	Ingeniería Civil	3 / 14%
3	Arquitectura	2 / 10%
4	Ingeniería Mecánica Industrial	2 / 10%
5	Trabajo Social	2 / 10%
^	Mostrar menos	
6	Acuicultura	1 / 5%
7	Biología	1 / 5%
8	Ciencias Jurídicas	1 / 5%
9	Ciencias de la Comunicación	1 / 5%
10	Ingeniería en Gestión Ambiental Local	1 / 5%
11	Nutrición	1 / 5%
12	Odontología	1 / 5%
13	Psicología	1 / 5%
14	Zootecnia	1 / 5%
15	Administración de empresas	0 / 0%

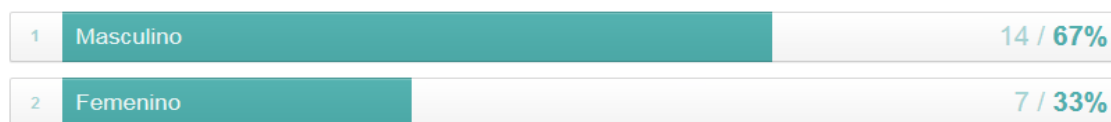
Fuente propia

Se obtuvo respuesta de los supervisores de las facultades y escuelas no facultativas del campus central y centros universitarios con quienes trabaja Epsum, con un 14 % de respuesta de los supervisores de las facultades de Agronomía e Ingeniería Civil y el 10 % de las facultad de Arquitectura, Ingeniería Industrial y Trabajo Social.

Gráfica No. tres

Sexo

21 de 21 personas han respondido esta pregunta



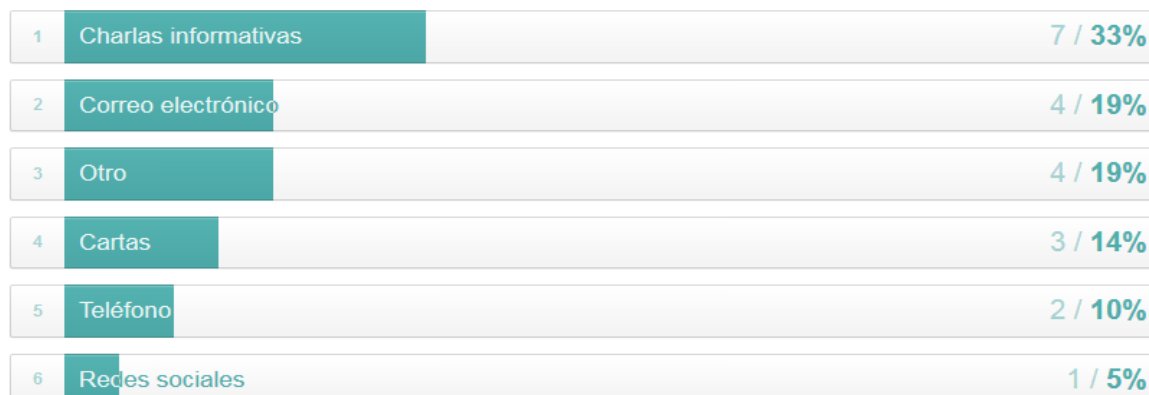
Fuente propia

De los profesionales que dieron respuesta a esta encuesta el 67 % fueron hombres y el 33 % mujeres todos supervisores de EPS.

Gráfica No. cuatro

¿Qué medios de comunicación utiliza EPSUM para captar estudiantes de EPS?

21 de 21 personas han respondido esta pregunta



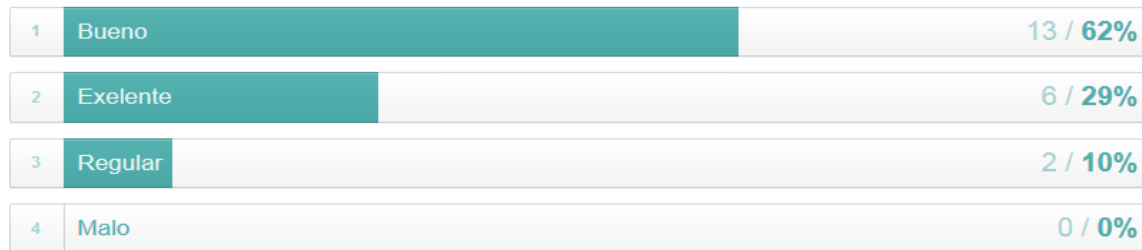
Fuente propia

Observando la respuesta a la pregunta anterior los profesionales responden que el medio que utiliza Epsum para captar estudiantes de EPS son las **charlas informativas** con un 33 % siendo la mayor ponderación. Y el correo electrónico y otro con un 19 % que hace un total de 38 %, y por cartas un 14 % teléfono 10 % y redes sociales (*Facebook*) un 5 %.

Gráfica No. cinco

¿Cómo valora ese proceso?

21 de 21 personas han respondido esta pregunta



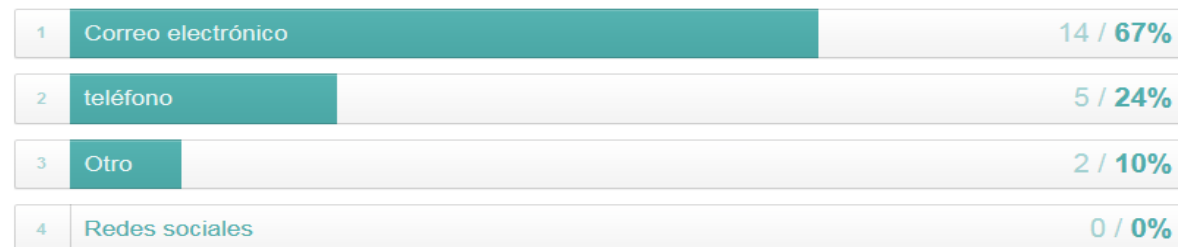
Fuente propia

El 62% de los profesionales valoran el proceso de comunicación para captar estudiantes como **bueno**, el 29 % como excelente y el 10 % regular, lo que indica mejorar esa comunicación para llegar a la excelencia.

Gráfica No. seis

¿Qué medios de comunicación posee su unidad académica para comunicarse con EPSUM?

21 de 21 personas han respondido esta pregunta



Fuente propia

Se obtuvo respuesta de 14 supervisores con un 67 % que el medio de comunicación que posee su unidad es el **correo electrónico** para comunicarse con Epsum. Y el 24 % respondió que es el **teléfono**.

Gráfica No. siete

¿Qué medios de comunicación utiliza su unidad académica para divulgar los resultados que obtienen los estudiantes epesistas?

21 de 21 personas han respondido esta pregunta



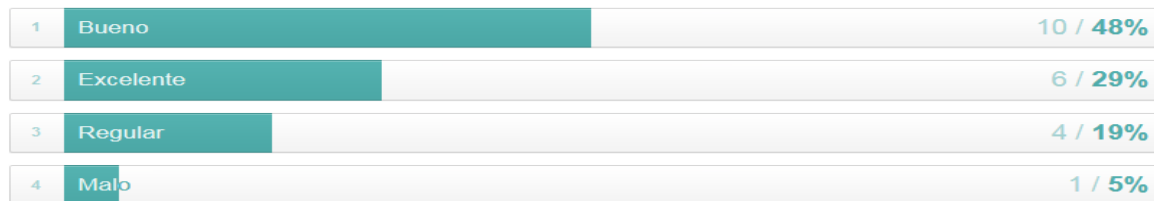
Fuente propia

Se obtuvo respuesta de la pregunta anterior que el 19 % utilizan como medios de comunicación las **charlas informativas y el correo electrónico** para divulgar los resultados que obtienen estudiantes de EPS.

Grafica No. ocho

¿Cómo valora ese proceso de comunicación?

21 de 21 personas han respondido esta pregunta



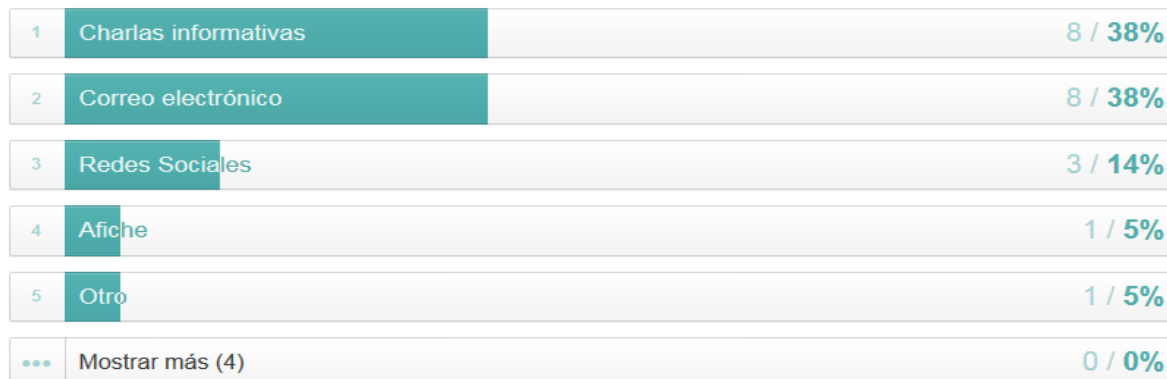
Fuente propia

El valor que dan al proceso de comunicación en divulgar los resultados de los estudiantes por charlas informativas y correo electrónico es **bueno** con un 48 % y excelente con un 29 % regular con un 19 % y malo un 5 %.

Gráfica No. nueve

Que medios de comunicación utiliza para informar al estudiante de la integración a los equipos EPSUM?

21 de 21 personas han respondido esta pregunta



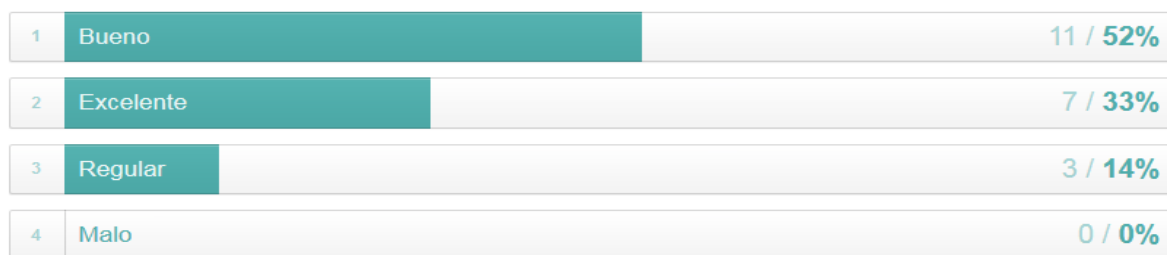
Fuente propia

Se obtiene respuesta de ocho profesionales siendo el 38 % que el medio de comunicación que utilizan para informar al estudiante sobre la integración a EPSUM son **charlas informativas y el correo electrónico.**

Gráfica No. diez

¿Cómo valora ese proceso de comunicación?

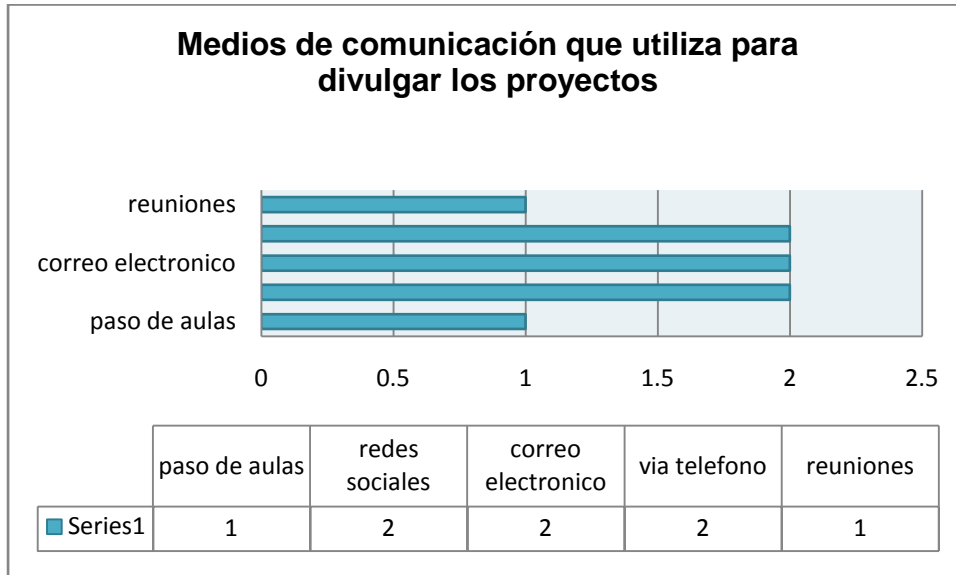
21 de 21 personas han respondido esta pregunta



Fuente propia

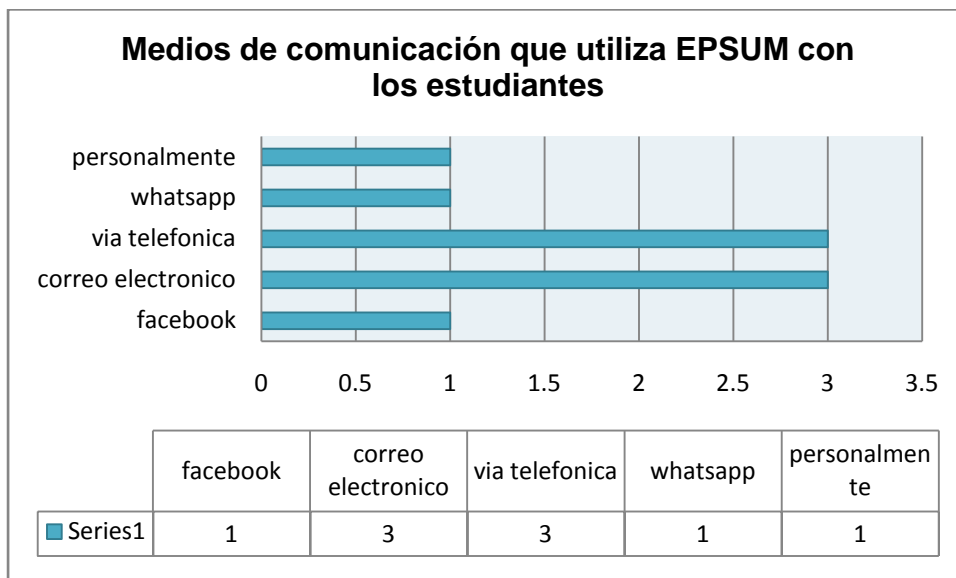
El valor que dan al proceso de comunicación en informar al estudiante de la integración de EPSUM por charlas informativas y correo electrónico es **bueno** con un 52 % y excelente con un 33 % regular con un 14 %.

Resultados de entrevista a supervisores de EPSUM



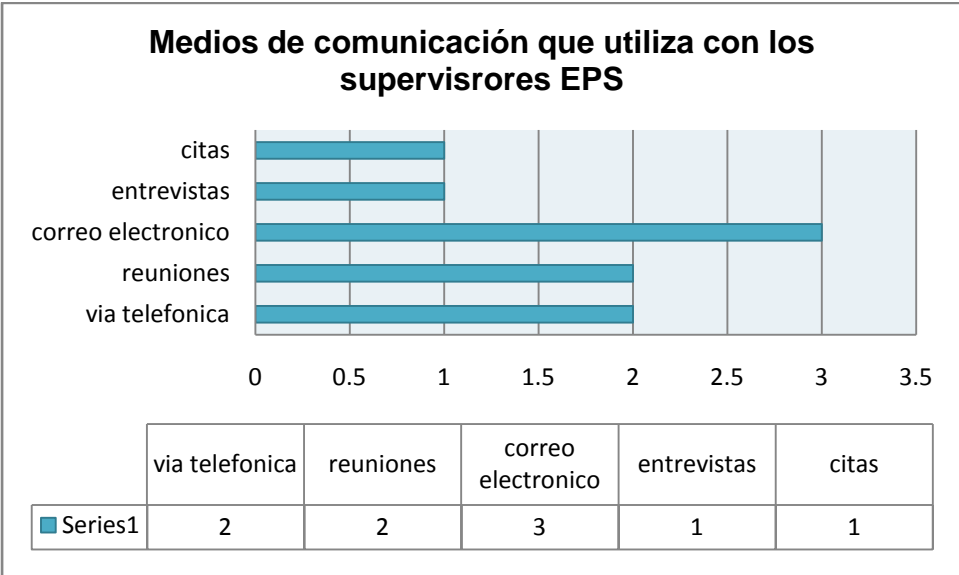
Fuente propia

En conclusión dos de tres supervisores entrevistados responden que utilizan como medios de comunicación para divulgar los proyectos: **el correo electrónico, teléfono y redes sociales (Facebook)**.



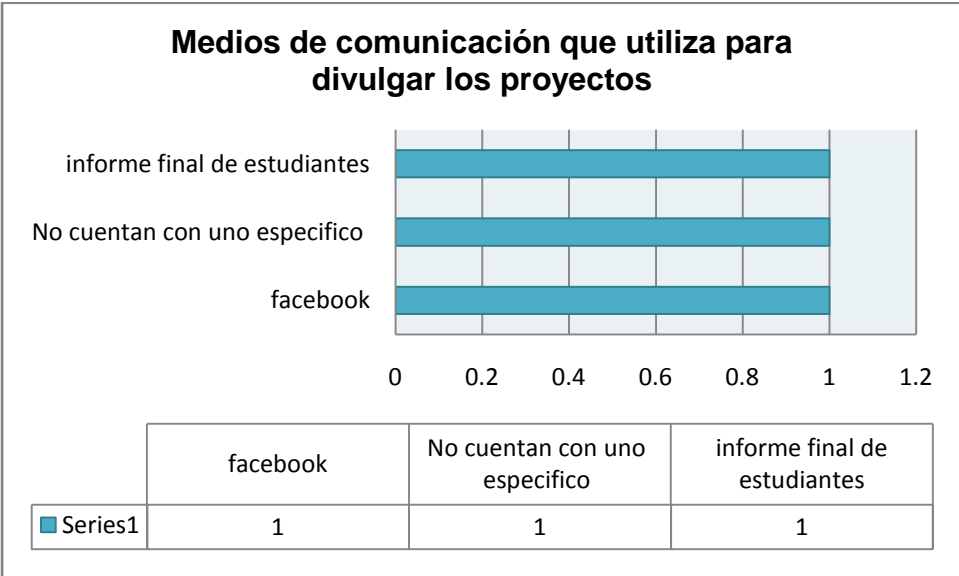
Fuente propia

Se obtiene respuesta de los tres supervisores que los medios de comunicación que utilizan en Epsum con los estudiantes para comunicarse son: **teléfono y correo electrónico**, otro dijo que personalmente



Fuente propia

Los tres supervisores responden que el medio que utilizan para comunicarse con los supervisores de EPS de las unidades académicas son: primero por **correo electrónico**, segundo por **teléfono y reuniones** y tercero por medio de **citas y entrevistas**.



Fuente propia

Los supervisores Epsum responden que divulgan los proyectos: uno por **Facebook**, otro que **no cuentan con un medio específico** y el tercero que por medio de los **informes finales** que entregan los estudiantes.

2.8 Conclusiones de la investigación

Estudiantes

1. En conclusión el estudiante se entera del programa Epsum por medio de charlas informativas y redes sociales, según la encuesta, esta última respuesta es porque se ha creado una página de *facebook como primer propuesta de comunicación*.
2. En conclusión Epsum utiliza como medios de comunicación correo electrónico y redes sociales.
3. Se concluye con las respuesta de los estudiantes que los supervisores Epsum se comunican con ellos por medio de correo electrónico, vía telefónica y redes sociales.
4. En conclusión indican los estudiantes que las unidades académicas divulgan los resultados que ellos logran por medio de charlas informativas y redes sociales.

Supervisores EPS

1. En conclusión los supervisores de EPS indican que Epsum utiliza como medios de comunicación para captar estudiantes; charlas informativas, y como segundo medio el correo electrónico.
2. Se obtuvo respuesta que las unidades académicas tienen como medio de comunicación el correo electrónico para comunicarse con Epsum.
3. Los supervisores indican que los medios de comunicación que utilizan para divulgar los resultados de los estudiantes son: charlas informativas y correo electrónico.
4. En conclusión los supervisores de EPS indican que utilizan los medios de comunicación para comunicar al estudiante sobre la integración a Epsum las charlas informativas y el correo electrónico.

Capítulo III

Propuesta de comunicación

3.1 Plan de comunicación

Molero Hermosilla³³ (2005:4) indica que "el plan de comunicación es el esqueleto, la base que permite practicar una comunicación institucional profesional. Como la comunicación es una labor que aborda multitud de actividades, que se dirige a numerosos tipos de públicos y puede tener desde uno hasta múltiples objetivos, es fundamental organizarla y llevarla a la práctica con un marco de referencia claro: el plan de Comunicación".

De acuerdo a los resultados y análisis obtenidos del proceso de diagnóstico implementado en los meses de febrero a abril de 2015 a Epsum, con el cual se diseñará una estrategia que buscará el fortalecimiento de divulgación de la comunicación para el desarrollo y mejorar la comunicación entre los actores del programa Epsum, mediante la implementación de canales de comunicación que fortalezcan la coordinación, el diálogo y el consenso del trabajo comunitario. Se diseñará un plan de comunicación para:

- Propiciar una comunicación positiva entre Epsum y sus actores.
- Fortalecer el proceso de divulgación de la información del quehacer del Programa Epsum y proyectos multidisciplinarios en las comunidades.
- Promover procesos de coordinación y organización con los socios.
- Visualizar la imagen del programa Epsum, como un ente que promueve el desarrollo comunitario con participación y apoyo técnico de los equipos multidisciplinarios integrados por estudiantes epeistas, según su misión.

³³ Molero Hermosilla, Antonio José. 2005. Plan de Comunicación, concepto, diseño e implementación. pag. 4

3.2 Objetivo de la propuesta

3.2.1 Objetivo general

Promocionar y publicar la comunicación para el desarrollo que el programa Epsum realiza a las comunidades más necesitadas del país.

3.2.2 Objetivos específicos:

- Fortalecer el proceso de divulgación y visibilidad de la comunicación para el desarrollo del programa Epsum, creando una página en *Facebook*.
- Reforzar la comunicación entre Epsum, socios y coordinadores locales a través de manuales informativos.
- Promocionar el EPS multidisciplinario, para incrementar el interés en estudiante sancarlistas próximos a graduarse, para dar apoyo técnico a las comunidades a través de spots radiales, banner, afiches y concursos.

3.3 Propuesta como tal

"Estrategias de comunicación para promocionar y divulgar la *comunicación para el desarrollo* que el programa de ejercicio profesional supervisado multiprofesional -Epsum- realiza en las comunidades más necesitadas del país"

3.3.1 Público objetivo:

Será dirigida a los involucrados en el trabajo del programa Epsum tales como:

- ✓ Estudiantes sancarlistas de diferentes disciplinas o carreras universitarias tanto del campus central como de centros regionales.
- ✓ Socios del Epsum de las distintas sedes
- ✓ Coordinadores locales de las comunidades atendidas.

3.3.2 Mensaje

El mensaje es con el propósito de que haya más integración estudiantil, para que Epsum pueda seguir aportando al desarrollo de las comunidades a través de los equipos dando apoyo técnico profesional, para que quede vinculada la Universidad con la sociedad.

"Guatemala siempre esperando por ti"

"Epsum al servicio de las comunidades más necesitadas de país"

"Epsum dando apoyo técnico a las comunidades más necesitadas"

"Universidad- Sociedad"

3.4 Descripción de la propuesta

La implementación de la estrategia ayudará a informar y enlazar a Epsum con cada una de sus actores, para que estén en una misma línea de trabajo de comunicación para el desarrollo en las comunidades.

Se iniciará con la creación de una **página en Facebook** que este articulado Epsum con la sociedad, donde se publicarán las actividades realizadas por Epsum, los proyectos realizados por los estudiantes en las comunidades, esto ayudar a que sea más visible. También dirigido a los estudiantes con pensum cerrado que deseen integrar un equipo

multidisciplinarios y para las instituciones que necesiten el apoyo técnico de un equipo multidisciplinario en la comunidad, publicando el amplio abanico de proyectos realizados por los equipos.

Asimismo es importante la integración virtual con una **fanspage** donde estén comunicados, estudiante integrado en equipos multidisciplinarios y supervisores de EPS y Epsum y coordinador local. Con esta estrategia estarán informados todos los actores, de su forma de trabajo, su metodología y sus logros.

3.5 Justificación de la propuesta

La implementación de la estrategia de comunicación para el desarrollo es importante y necesaria para el programa Epsum, debido al trabajo que realiza a través de los estudiantes integrados en equipos multidisciplinarios en las comunidades más necesitadas del país, dando aporte técnico para el desarrollo humano y social.

Se elaboran estrategias para cada una de los actores utilizando diferentes medios de comunicación, para que exista la comunicación clara y coordinada entre actores.

3.6 Estrategia para su implementación

Morris, Antonio³⁴ (Manuales prácticos:67:70) define la estrategia de comunicación como “el conjunto de decisiones y prioridades basadas en el análisis y el diagnóstico que definen tanto la tarea como el modo de cumplirla por parte de las herramientas de comunicación disponibles.

Para hacer operativa la estrategia de comunicación, se incorporan una serie de acciones y actividades comunicacionales para el logro de los objetivos planteados, por lo que se describen a continuación uno a uno según la producción a realizar. Cabe mencionar que se ejecutarán con base en la estrategia planteada la cual responde a las

³⁴Manuales Prácticos de la Pyme. Como elaborar un plan de comunicación. Bic Galicia. 67, 70 p.

necesidades de índole comunicacional detectadas y consensuadas con algunos actores del trabajo en equipo”.

➤ **Acciones o propuestas estratégicas**

Se realizarán propuestas dirigidas a los diferentes actores de EPSUM.

3.6.1 Creación página *Facebook*:

La creación de una página de *Facebook* con el propósito de dar a conocer al público en general el quehacer del programa Epsum, los proyectos realizados por los equipos, talleres en las distintas comunidades, lo cual ayudará a la visibilidad del programa Epsum del aporte al desarrollo comunitario.

3.6.2 Manual para convertirse en socios del programa EPSUM

Al detectar durante el diagnóstico que existía poca información y comunicación sobre los beneficios y compromisos de las sedes, se propone la elaboración y diseño de un Manual para socios de Epsum, que son Alcaldes de municipalidades, Jefes de organizaciones locales y Gerentes de mancomunidades, para mantener informados a los socios sobre los compromisos, beneficios y logros de su comunidad, los cuales será entregados en las visitas de presentación de proyectos a instituciones y organización (municipalidades, mancomunidades y ONG) para captar socios que estén interesados en patrocinar un equipo multidisciplinario. Los cuales constan de 10 páginas, en el se encontrará, la misión, presentación, objetivos, la metodología, catálogo de disciplinas, condiciones para ser socios, procedimiento para solicitud de equipos multidisciplinarios y un directorio del coordinación. Se imprimirán 200 ejemplares y se subirán a la página de *Facebook* en formato Issuu³⁵ Creativ.innova.unia.es).

³⁵Sánchez González, María. 2015. Creativ.innova.unia.es consulta efectuada el 21 de agosto 2015.

3.6.3 Manual para enlaces y coordinadores locales de equipos Epsum

De igual manera se propone la elaboración y diseño de un Manual para enlaces y coordinadores locales comunitarios, los cuales contendrán información como, la misión, presentación, bienvenida, beneficios del ser socio, la metodología, procesos de orden interno, selección, de inducción, orden externo, lo que se espera del coordinador local y con un directorio del coordinación. Se imprimirán 200 ejemplares, los cuales serán entregados en visitas a sedes locales y se subirán a la página de facebook en formato issuu.

3.6.4 Definición de misión y visión Epsum en acrílicos

Se definirá la misión y visión institucional, debido a que se detectó la utilización de varias versiones, luego hacer el diseño de acrílicos con la misión y visión, los cuales se instalarán en la recepción del programa Epsum, con el fin de dar a conocer al público quiénes son y por qué lo hacen. Los acrílicos tendrán una medida de 43x56 centímetros y serán impresos a full color. Esto ayudará a definir el trabajo integrado y comunitario que realiza Epsum.

3.6.5 Creación *fanpage* en Facebook 2da. - Cohorte 2015 EPSUM-USAC

Se creará con el fin de integrar a los actores de cada semestre (estudiantes, supervisores de EPS y Epsum y coordinadores locales) y estar en constante comunicación sobre los proyectos y actividades durante el desarrollo del EPS multidisciplinario. En ella se colgarán los requisitos, metodología, guías para informes y convocatorias a reuniones y talleres, videos; programados por coordinación.

3.6.6 *Banners* y afiche

Se diseñaran banners y afiches promocionales, los banner serán utilizados en talleres, reuniones y congresos, debido que Epsum no cuenta con promoción en actividades

propias e interinstitucionales, los cuales estarán dirigidos a estudiantes, al público y otro para captación de estudiantes presentando proyectos e incentivando unirse a los equipos multidisciplinarios aportando a las comunidades más necesitadas, los cuales serán a full color, de un tamaño de 6x1.6 metros. Y los afiches para la captación de estudiantes el cual incluye los requisitos que deben cumplir para integrar un equipo multidisciplinario de Epsum, el cual será colocado en las afueras de las unidades académicas del campus central como de los centros regionales, el tamaño será de doble carta a full color, se solicitará el apoyo de la editorial universitaria para la impresión de los mismos.

3.6.7 Concurso de diseño de playeras

Para motivar al estudiante que integra equipos multidisciplinarios y actores, se llevará a cabo un concurso de "playera multidisciplinaria, primera cohorte 2015" se crearán las bases (adjunto en anexos), lo cual indica las normas que deben cumplir con el diseño, los tiempos que tienen para enviar el diseño, los supervisores serán los encargados de enviar las bases a cada equipo a sus sedes, luego los equipos al tener el diseño lo enviarán al supervisor para que ellos lo trasladen al epesista de comunicación y serán subidos todos los diseños a la página de *Facebook*, el que tenga más "me gusta" a la fecha establecida en las bases será la ganadora, luego se dará un reconocimiento al equipo ganador y se mandará a impresión la playera ganadora, se proporcionará una playera a cada estudiante participante de cada equipo y a los demás actores en el taller de presentación de resultados de la segunda cohorte 2015, el cual se tiene planificado en el mes de julio 2015.

3.6.8 Spots radiales para captación de estudiantes

Grabación de spot radiales, con el fin de captar estudiantes para que se integren al los equipos multidisciplinarios de la segunda cohorte, uno indicando los requisitos para optar a una ayuda becaria y otro para indicar en qué proyectos pueden trabajar dentro de cada equipo según su carrera y dar apoyo técnico a las comunidades más necesitados del país, se solicitará el apoyo de radio Universidad 92.1 FM, los cuales se pautarán en la misma Radio y un agradecimiento a los estudiantes epeistas por trabajo realizado. Se adjuntan guiones de *spots* en anexos.

3.7 Cronograma de ejecución

ACTIVIDADES	CRONOGRAMA DE EPS										
	enero	febrero	marzo	abril	mayo	junio	julio	agosto	septiembre	octubre	noviembre
Propedéutico Diagnóstico	26 al 30										
Diagnóstico		03 al 28									
Entrega de Diagnóstico			2								
Propedéutico Metodología			2 al 6								
Recopilación de información			6 al 20								
Elaboración de instrumentos			8 al 13								
Aplicación de instrumentos			15 al 23								
Análisis de instrumento			23 al 30								
Entrega de análisis de diagnóstico				13							
Propedéutico Plan o estrategia											
Elaboración de estrategias											
Creación de página de facebook											
Manual para convertirse en socio EPSUM											
manual para Enlaces y coordinadores											
Definición de Visión y Misión en acrílicos											
Creación de fanspage											
Banner y Afiches											
Concurso de diseño de playeras											
Sports radiales											
Presentación de estrategia						11					
Implementación de estrategia											
Presentación de informe final											

3.8 Presupuesto

		Costo unitario	cantidad	Costo total	financiamiento
1	Creación de página <i>Facebook</i>	sin costo			Epsum
2	Elaboración e impresión de manuales para socios y enlaces	Q. 400.00	2	Q. 800.00	Epsum/ Editorial universitaria
3	Impresión de <i>banner</i> promocionales	Q. 225.00	3	Q. 675.00	Epsum
4	Impresión de afiche	Q. 9.00	100	Q. 900.00	Epsum/ Editorial universitaria
5	Impresión e instalación de acrílicos	Q. 280.00	2	Q. 560.00	Epsum
6	Impresión de logotipo en playeras de concurso	Q.27.00 Q.24.24	200	Q. 4,892.16	Epsum
7	Creación de un grupo cerrado para cada cohorte.	sin costo			Epsum
8	campana radial: 2 <i>spots</i> de captación de estudiantes	Q 200.00 C/Spot Q 1,000.00 Transmisión mensual x 2 meses	2	Q.2,400.00	radio Universidad
COSTO TOTAL DEL PROYECTO				Q.10,227.16	

Capítulo IV

Control y seguimiento

4.1 Ejecución de propuestas

De la propuesta “Estrategias para la promoción y divulgación de la comunicación para el desarrollo que el programa de ejercicio profesional supervisado multiprofesional-Epsum- realiza en las comunidades más necesitadas del país”, fue implementada en el programa Epsum, con el objetivo de promocionar el EPS multidisciplinario y publicar el quehacer de Epsum y mejorar la visibilidad del Programa incrementando el interés de estudiantes en realizar su EPS en equipos multidisciplinarios, para ellos las propuestas de comunicación que se presentaron a la institución, fueron las siguientes.

4.1.1 Creación página Facebook



Página de Facebook: Programa Epsum

4.1.2 Manual para convertirse en socios del programa Epsum

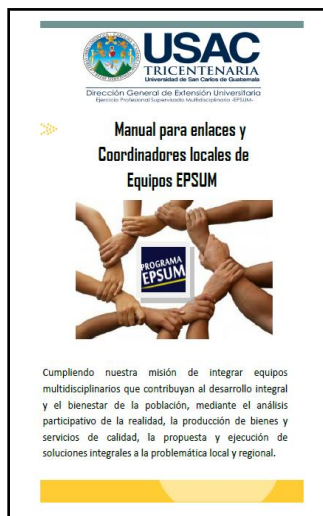


Portada del manual



manual en Facebook

4.1.3 Manual para enlaces y coordinadores locales de equipos Epsum



portada de manual



manual en Facebook

4.1. 4 Definición de misión y visión EPSUM en acrílicos



propuesta



Propuesta ejecutada



4.1.5 Creación fanpage en Facebook 2da. - Cohorte 2015 EPSUM-USAC.



7 miembros al crearla.



23 miembros al 25/8/2015

4.1.6 Banners y afiche



Diseños de *banner* y afiche



Banner en Taller de inducción 1ra. cohorte 2015

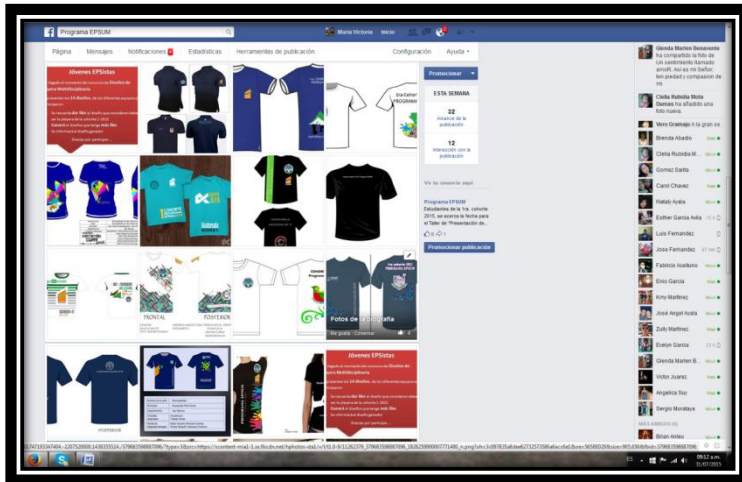


En taller de inducción con grupo de EPS



Afiche ejecutado.

4.1.7 Concurso de diseño de playeras



Diseños de playeras de los equipos participantes



Diseño de playera ganadora



Estudiantes con la playera ganadora, en taller presentación de resultados

4.1.8 Spots radiales

GUIÓN CAPTACIÓN DE ESTUDIANTES

¡GUATEMALA NECESITA DE TI!
ESTUDIANTE UNIVERSITARIO
SI YA CERRASTE TU PENSUM DE ESTUDIOS
Y DESEAS REALIZAR TU EPS Y PPS
INTÉGRATE A LOS EQUIPOS MULTIDISCIPLINARIOS
DEL PROGRAMA EPSUM
Y PARTICIPA EN LOS PROYECTOS DE:

- INFRAESTRUCTURA
 - ORGANIZACIÓN COMUNITARIA
 - GESTIÓN DE RIESGO Y PREVENCIÓN DE DESASTRES
 - SEGURIDAD ALIMENTARIA
 - AMBIENTE Y SANEAMIENTO AMBIENTAL
 - DESARROLLO ECONÓMICO LOCAL
 - URBANIZACIÓN Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL
 - SERVICIOS PÚBLICOS MUNICIPALES
- EPSUM AL SERVICIO DE LAS COMUNIDADES MÁS NECESITADAS DEL PAÍS

COMUNÍCATE A LOS TELÉFONOS
22329374 o al 22537893
O síguenos en facebook Programa EPSUM

GUIÓN SPOT INFORMATIVO

¡ESTUDIANTE UNIVERSITARIO!
COMPARTE TUS CONOCIMIENTOS A LA
SOCIEDAD GUATEMALTECA MÁS NECESITADA
Y SE PARTE DE UN EQUIPO MULTIDISCIPLINARIO DE EPSUM
REALIZANDO TU EPS Y PPS

LOS REQUISITOS QUE DEBES CUMPLIR SON:

- PENSUM CERRADO DE CUALQUIER CARRERA
- LLENAR SOLICITUD EN OFICINAS DEL PROGRAMA EPSUM
- FOTOCOPIA DE DPI
- FOTOCOPIA DE CIERRE DE PENSUM
- FOTOCOPIA DE CARNÉ VIGENTE
- CARTA DE ASIGNACIÓN DE UNIDAD ACADÉMICA
- Y TIMBRES NOTARIALES

ESTAMOS UBICADOS EN LA 2DA. AVENIDA 12-40, ZONA 1, SEGUNDO NIVEL ALA SUR DEL EDIFICIO DEL CENTRO CULTURAL UNIVERSITARIO, ANTIGUO PARANINFO.

LLAMANOS AL 22329374 o al 22537893
O síguenos en facebook Programa EPSUM

4.2 Descripción de materiales utilizados

4.2.1 Creación página *Facebook*: Programa EPSUM

Por ser una herramienta sin ningún costo, fue necesario un EPS de comunicación para su creación y para realizar el diseño de la misma y darle seguimiento constantemente a la página titulada: Programa EPSUM.

4.2.2 Manual para convertirse en socios del programa EPSUM

Los manuales fueron diseñados por el EPS de comunicación, se necesito equipo de computo, papel e impreso, se solicito el apoyo de editorial universitaria para la impresión 200 ejemplares a *full color*, para ello apoyamos con el materia que fueron resmillas de hojas carta bond asimismo fueron subidos a la página de *Facebook* en formato *Issuu* por la epesista.

4.2.3 Manual para enlaces y coordinadores locales de equipos EPSUM

El manual fue impresos 200 ejemplares por la Editorial universitaria e implementados en cada sede y fue subido a la página de *Facebook* en formato *issuu*, se colaboró con resmillas de papel bond, tamaño carta de color blanco.

4.2.4 Definición de misión y visión EPSUM en acrílicos

Como resultado de la observación se detecto ya que se observó que Epsum utilizaba varias versiones de misión y visión institucional, se sugirió a coordinación una reunión para definir una misión y una visión, para poder luego implementarla en los documentos oficiales del programa. Fue definida e implementada en acrílicos los cuales fueron cotizados, comprados e instalados en recepción del programa Epsum.

4.2.5 Creación *fanpage* en *Facebook*: 2da. -Cohorte 2015 EPSUM-USAC

Como herramienta sin ningún costo, fue creada por el EPS de comunicación, para mantener comunicación con el grupo de estudiantes que realizan EPS en diferentes en las comunidades. Está integrada por estudiantes, supervisores, personal administrativo y coordinador local.

4.2.6 *Banners* y afiche

Para elaborar los diseños, se cotizaron y mandaron a impresión. Fueron impresos 3 banner a full color pagados por Epsum y el afiche se mando a impresión a la Editorial Universitaria, donde se colaboró con papel couche.

4.2.7 Concurso de *Playeras*

Se utilizó como canal de comunicación *Facebook*, al equipo de supervisores y al EPS de comunicación. El diseño fue enviado electrónicamente a cada supervisor de área, luego fue subido a la página de *Facebook* por el EPS, donde los equipos participantes visualizaban los diseños participantes y votaban a través de un me gusta o (*like*), para ellos fue necesario crear las bases que incluía tiempos y otros aspectos que los participantes debían cumplir. Al finalizar el concurso se cotizo la impresión y se mandaron a impresión 200 playeras para ser entregadas a cada estudiante de la primera cohorte 2015.

4.2.8 *Spots* radiales para captación de estudiantes

Fueron elaborados dos guiones para la grabación de *spots*, utilizando equipo de computo, y papel, fueron trasladados a coordinación y aprobados. Se necesito un estudio de grabación, se solicito apoyo a la radio universidad donde fueron grabados los mismos y pautados.

Conclusiones finales

- Debido a los resultados la primera acción realizada fue crear la página de Facebook, la cual fue muy aceptada por los actores y público.
- Se realizó una propuesta de comunicación que fortaleciera al programa Epsum, con distintas actividades o acciones comunicativas de promoción y divulgación con enfoque al desarrollo comunitario.
- Se plantearon 8 propuestas de comunicación para el fortalecimiento a la promoción y divulgación de las acciones de Epsum en las comunidades, las cuales fueron ejecutas en su totalidad, lo cual ayudó a mejorar la visibilidad y la comunicación entre los actores de Epsum.

Recomendaciones generales

- Se recomienda al programa EPSUM dar seguimiento a las páginas creadas en *Facebook* para no perder el interés de los integrados y estar en constante comunicación con el público que quiera integrarse al desarrollo comunitario.
- Se sugiere a Epsum la importancia y la necesidad de contar con un profesional o EPS del área de comunicación para que exista promoción, divulgación de las acciones y actualización de sus contenidos.
- Se recomienda a la escuela de Ciencias de la Comunicación atender la solicitud de Epsum para la integración de estudiantes en equipos multidisciplinarios para aportar a la comunicación para el desarrollo en las comunidades, con la difusión de proyectos y elaboración de estrategias de comunicación.

Citas Bibliográficas

Arias Castillo, Víctor Manuel. Manual para instituciones que trabajan con líderes comunitarios. USAC. Guatemala. 49 p.

Berlo, David K.1984. El Proceso de la Comunicación, Introducción a la teoría y a la práctica. Argentina. El Atenio. 172 p.

Caraballo Payares, Alexander Mauricio. 2013. Evaluación de gestión administrativa, financiera y comercial de las cooperativas asociadas a CONFECOOPE Caribe. Fundación Andaluza Inca Garcilaso. 77p.

Causse Cathcart, Mercedes.2009. El concepto de comunidad desde el punto de vista Socio-Histórico-cultural y Lingüístico. Centro de Información y Tecnología. Santiago de Chile. Cuba 12-21 p

De Fleur, M.L. 1970. Teorías de la comunicación masiva. Editorial Paidos. 19 p.

De León Ruano, María Fernanda. 2015.Plan de Comunicación para el Programa la salud bucal. Tesis de Licenciatura de la Universidad de Rafael Landívar. Facultad de Humanidades. Escuela de Ciencias de la Comunicación. 74 p.

Documento Básico para el desarrollo del Ejercicio Profesional Supervisado, en Apoyo Técnico y Profesional a las comunas de los municipios priorizados" por el Consejo Interinstitucional de Cohesión Social. en convenio con la Universidad de San Carlos de Guatemala. 2010. Guatemala. 36 p.

Escudero, María Teresa. 1990. La comunicación en la enseñanza. Editorial Trillas. 11p.

Estudiantes segundo cuatrimestre. 2010. Ensayos Contemporáneos. Creación y producción en diseño y producción. No. 38. Universidad de Palermo. Buenos Aires Argentina. Edición VI. 128 p.

Fernández Collado, Carlos. 1991. La organización en las organizaciones. Editorial Trillas. México. 468 p

Guatemala. 2015. Estrategias de Comunicación EPSUM. 2 y 3 p.

Guatemala. EPSUM. 2010. Trifoliar informativo EPSUM

Guatemala. EPSUM. 2013. Propuesta de Reestructura. 15p.

Guatemala. EPSUM. 2015. Manual Organizacional EPSUM actualizado. 8p.

Guatemala. EPSUM. Trifoliar EPSUM. 2013.

López España, Jaquelin Rocío. 2011. Estrategia de comunicación para difundir las actividades culturales que se realizan en el Centro Cultural Miguel Ángel Asturias. Tesis de Licenciatura de la Universidad de San Carlos de Guatemala. Escuela de Ciencias de la Comunicación. 68 p.

Manuales prácticos de la Pyme. Como elaborar un plan de comunicación. Bic Galicia. 151p.

Martínez Terreno, José. 2006. Teorías de la Comunicación. Venezuela. 40p.

Molero Hermosilla, Antonio José. 2005. Plan de Comunicación, concepto, diseño e implementación. ILGO. 16 p.

Monerris, Antonio. 2006. Conceptos Estratégicos Claves en Menos de 100 Palabras. blogspot.com.

Morazán Gaitán, Evelin Maritza. 2013. Estrategia de Comunicación para la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos sobre la Incomunicación entre personal administrativo, docente, autoridades y alumnos del plan diario y las barreras de comunicación. Tesis de Licenciatura de la Universidad de San Carlos de Guatemala. Escuela de Ciencias de la Comunicación.p.26.

Multidiccionario Estudiantil Práctico de la Lengua Española. 2011. 1152 p.

Naranjo Gandarilla, Martínez Ramírez, del Sol Nieves y Rosabal Gómez. 2010. Acciones comunicativas para fortalecer la comunicación interna de los Cuadros en la formación y desarrollo de las reservas de Empresa Azucarera Colombia. Colombia. Universidad Vladimir Ilich Lenin. 88 p.

Sánchez González, María. 2015. Creativ.innova.unia.es.

Tamayo y Tamayo, Mario. 2003. El Proceso de la Investigación Científica. Cuarta Edición. ILIMUSA. México. 183 p.

UNESCO. 2011. Comunicación para el desarrollo, Fortaleciendo la eficacia de las Naciones Unidas. Nueva York. 125 p.

Vargas, Elia Ariadna. 2009.El proceso de la Comunicación. Unidad I. 23 p.

E-Grafía

[www.http://comunicacionlp0202.blogspot.com/2013/02/comunicacion-humana-unidad-1-y-2.htm](http://comunicacionlp0202.blogspot.com/2013/02/comunicacion-humana-unidad-1-y-2.htm).

[www.http://programaepsum.blogspot.com/](http://programaepsum.blogspot.com/).

http://www.unicef.org/spanish/cbsc/index_42329.htm.

www.farusac.com.

Definición de Estrategia / www.rae.es/.

<http://comunicacionlp0202.blogspot.com/2013/02/comunicacion-humana-unidad-1-y-2.htm>.

Anexos

1. Instrumentos de encuesta
2. Instrumento de entrevista
3. Base de concurso de playeras
4. Fotografías de supervisión.
5. Cotizaciones

Anexo: uno



INDICACIONES: A continuación se presentan una serie de preguntas con el objetivo de medir los medios de comunicación que utiliza EPSUM con el estudiante y supervisores de EPS de las unidades académicas y de centros universitarios, debe marcar una o más respuestas según lo considere; se garantiza que todas sus respuestas serán tratadas con la mayor confiabilidad posible.

ENCUESTA PARA ESTUDIANTES DE EPS

1. ¿Cuál es su unidad académica?	<input type="text"/>
2. ¿Qué carrera?	<input type="text"/>
3. Sexo	<input type="radio"/> femenino <input type="radio"/> masculino
4. Estado civil	<input type="radio"/> casado <input type="radio"/> Soltero
5. ¿Por qué medio de comunicación se enteró del Programa EPSUM?	<input type="radio"/> TV <input type="radio"/> Radio <input type="radio"/> Revista <input type="radio"/> Periódico <input type="radio"/> Redes sociales <input type="radio"/> Charlas informativas <input type="radio"/> Otros
6. ¿Qué medios de comunicación utiliza EPSUM para comunicarse con usted?	<input type="radio"/> Teléfono <input type="radio"/> Correo electrónico <input type="radio"/> Redes sociales <input type="radio"/> Charlas informativas <input type="radio"/> Otros
7. ¿Cómo valora ese proceso?	<input type="radio"/> Excelente <input type="radio"/> Buena <input type="radio"/> Regular <input type="radio"/> Malo

8. **¿Cómo se comunican los supervisores de EPSUM con usted?**

- Teléfono**
- Correo electrónico**
- Redes sociales**
- Charlas informativas**
- Otros**

9. **¿Cómo valora ese proceso?**

- Excelente**
- Buena**
- Regular**
- Malo**

10. **¿Qué medio de comunicación posee su unidad académica para divulgar los resultados logrados por ustedes como epesista?**

- Periódico**
- Redes sociales**
- Charlas informativas**
- Otros**



INSTRUCCIONES: A continuación se presentan una serie de preguntas con el objetivo de medir los medios de comunicación que utiliza EPSUM con el estudiante y supervisores de las unidades académicas y de centros universitarios, por favor conteste las siguientes preguntas y marque una o más respuestas según lo considere; se garantiza que todas sus respuestas serán tratadas con la mayor confiabilidad posible.

ENCUESTA PARA SUPERVISORES DE EPS DE UNIDADES ACADÉMICAS

1. ¿Cuál es su unidad académica?

2. ¿Qué carrera?

3. Grado académico o profesión

4. Sexo

femenino

masculino

5. Edad

6. ¿Qué medio de comunicación utilizan EPSUM para captar estudiantes?

- Cartas
- Teléfono
- Correo electrónico
- Redes sociales
- Charlas informativas
- Otros

7. ¿Cómo realiza EPSUM ese proceso de comunicación?

8. ¿Qué medios de comunicación posee su unidad académica para comunicarse con EPSUM?

- Teléfono
- Correo electrónico
- Redes sociales
- Otros

9. ¿Qué medios de comunicación utiliza su unidad académica para divulgar los resultados que realizan los estudiantes?

- Correo electrónico
- Redes sociales
- Charlas informativas
- Revista
- Trifoliar
- Afiche
- Radio
- Otros

10. ¿Cómo valora ese proceso de comunicación?

- a. **Excelente**
- b. **Bueno**
- c. **Regular**
- d. **Malo**

11. ¿Por qué su respuesta?

12. ¿Qué medios de comunicación utiliza para informar al estudiante de la integración a los equipos EPSUM?

- Redes sociales
- Correo electrónico
- Charlas informativas
- Radio
- TV
- Afiche
- Volante
- Trifoliar

13. ¿Cómo valora ese proceso de comunicación?

- a. **Excelente**
- b. **Buena**
- c. **Regular**
- d. **Mala**

14. ¿Por qué su respuesta?

Anexo No. dos



INSTRUCCIONES: A continuación se presentan una serie de preguntas con el objetivo de medir los medios de comunicación que utiliza EPSUM con el estudiantey supervisores de EPS de las unidades académicas del campus central y los centros universitarios, se garantiza que todas sus respuestas serán tratadas con la mayor confiabilidad posible.

ENTREVISTA PARA SUPERVISORES DE EPSUM

Nombre del Entrevistado: Cargo: Supervisora EPSUM

Entrevistador:

Fecha de la entrevista

1. ¿Cuáles son las funciones como supervisor?

1. ¿Qué estudios tiene?

2. ¿Indique los medios de comunicación que utilizan para promocionar los servicios de estudiantes en equipos multidisciplinarios con las unidades académicas del campus central y los centros universitarios?

3. ¿Describa cómo es el proceso de comunicación con las unidades académicas para la captación de estudiantes?

4. ¿Indique los medios de comunicación que utilizan para comunicarse con el estudiante de las diferentes unidades académicas y de los centros universitarios sobre el proceso de EPS?

5. ¿Describa cómo realizan ese proceso de comunicación con el estudiante?

6. ¿Indique los medios de comunicación que utilizan para comunicarse con los supervisores de las unidades académicas y de centros universitarios respecto al estudiante de EPS?

7. ¿Describa cómo realizan ese proceso de comunicación con los supervisores de las unidades académicas y los centros universitarios?

8. ¿Indique los medios de comunicación que utilizan para divulgar los proyectos que realizan los estudiantes?

9. ¿Describa cómo realizan ese proceso de comunicación?

Anexo No. tres

BASES PARA EL CONCURSO DE DISEÑO DE PLAYERAS PARA LOS EQUIPOS MULTIDISCIPLINARIOS

Equipos Multidisciplinarios el programa EPSUM quiere otorgarles una playera representativa del EPSUM y su cohorte, por lo que queremos que todos construyamos el diseño de la misma.

La dinámica se realizará a través de cada equipo multidisciplinario, es decir cada equipo de cada sede EPSUM podrá diseñar la playera, siendo un concepto total de la misma, este diseño será publicado en la página de Facebook, donde todos podremos votar por la que más nos guste, la que tenga más me gusta ganará.

El Programa realizará la impresión de la playera ganadora y todos los participantes de los equipos obtendrán una. Participan todos los estudiantes de los equipos EPSUM, de las distintas sedes del interior.

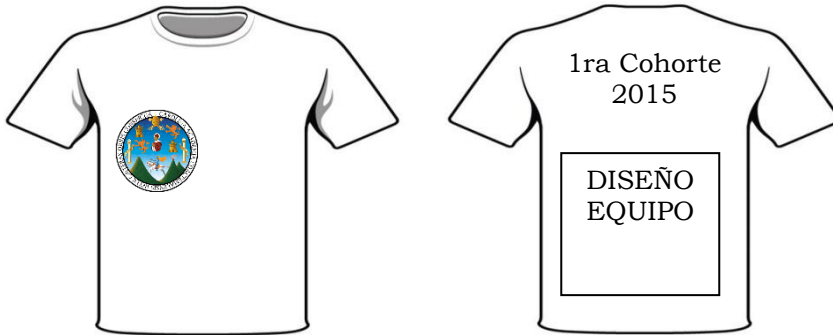
PROYECTO	Diseño de playeras por equipo multidisciplinario EPSUM
Concurso:	Todos los estudiantes podrán participar en equipo elaborando un diseño de playera cumpliendo con las bases, deben enviarlo a su supervisor de EPSUM (para aportes), luego subirlo a la página de Facebook para el concurso.
Fecha de lanzamiento del concurso	Tendrán 10 días a partir del 4 de mayo, para diseñarla y luego 5 días más para la votación. El 25 de mayo se publicará el ganador.
Medios a utilizar	Correo electrónico para enviar el diseño a supervisión EPSUM, y Facebook para realizar el concurso, el diseño que tenga más me gusta será la ganadora.



DATOS AL PRESENTAR EL DISEÑO DE PLAYERA

Nombre de la sede	
Municipio	
Departamento	
Unidades integradas	
Nombre de integrantes del equipo	

Con esta información deberán realizar un sello del equipo, el cual se colocará en el diseño de la playera, siendo un sello, una firma o las iniciales, es la imaginación de representación de la sede y el equipo.

EJEMPLO DE DISEÑO



Color de	DISEÑO EQUIPO	olor que elija el equipo
Logo por equipo	Crear su propio logo o firma de equipo	
Logo institucional en la Playera	Colocar logo USAC,	logoEPSUM
		
	Colocar la cohorte a la que pertenecen	
Dibujo o cintillo	Colocar un dibujo a un diseño que los identifique. Podrá llevar un cintillo en la parte inferior	
Slogans	<ul style="list-style-type: none"> • Guatemala necesita de ti • EPSUM Siempre esperando por ti • Brindado apoyo a las comunidades más necesitadas • Al servicio de las comunidades más necesitadas 	
Grabar archivo en	JPG o PNG a 300 DPI	

NOTA: el diseño de la playera, podrá tener todo el arte y la creatividad que cada equipo pueda realizar.

Elaborado: EPSECC

Anexo No. cuatro



Reunión con coordinación Epsum, 11 de junio 2015



Supervisión de EPS, 11 de junio 2015



Presentación de avances-supervisión de EPS. 11 de junio 2015

Diseños
COMPUTARIZADOS
25 Calle 1-16 Zona 1

Tel:52076229

Guatemala 09 de Junio 2015

Señores: EPSUM

Cant.	Descripcion	Unidad	Total
02	Rótulo acrílico 43x56 cms	Q 260.00	Q 520.00
01	Instalación de rótulos		Q 150.00
Vendedor: Mynor Zapon		TOTAL Q.	Q670.00
Entrega: 2 días			

*Los precios incluyen IVA, la forma de pago es 50% anticipo 50% contra entrega

Diseños
 COMPUTARIZADOS
 25 Calle 1-16 Zona 1

Tel:52076229

Guatemala 19 de Noviembre de 2014

Señores: Programa Epsum

Cant.	Descripcion	Unidad	Total
03	X-Banner medida 0.6x1.6 mts completo. (incluye manta vinílica)	Q225.00	Q675.00
Vendedor: Mynor Zapon		TOTAL Q.	Q675.00
Entrega: 1 día hábil.			

*Los precios incluyen IVA, la forma de pago es 50% anticipo 50% contra entrega



Guatemala, 07/07/2015

Señor (es) Programa EPSUM
 ATENCION:

CANTIDAD	DESCRIPCION	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
184	Playeras en color Negro en hilo 20" con impresión adelante y atrás en talla: 1#XS 56#S, 68#M 59#L	Q24.24	Q4,460.16
16	Playeras en color Negro en hilo 20" con impresión adelante y atrás en talla: XL	Q27.00	Q432.00
	TOTAL		Q4,892.16

FECHA DE ENTREGA 10 a 15 DIAS HABILES A PARTIR DE LA ORDEN DE COMPRA

FORMA DE PAGO: 50% Anticipo y 50% contra-entrega

Beatriz Gamarro
 IMPRETEX
 Tel: 2220-3605
 2253-9463