

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

"ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN PARA LA REVISTA "ANÁLISIS DE LA REALIDAD NACIONAL" DEL INSTITUTO DE PROBLEMAS NACIONALES DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS -IPNUSAC-"

BRENDA ILEANA MEJÍA GONZÁLEZ

Licenciada en Ciencias en Ciencias de la Comunicación

Guatemala, Noviembre 2015

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

**"ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN PARA LA REVISTA "ANÁLISIS DE LA
REALIDAD NACIONAL" DEL INSTITUTO DE PROBLEMAS NACIONALES DE LA
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS -IPNUSAC-"**

Informe Final del Ejercicio Profesional Supervisado -EPS- Licenciatura

Presentado al Honorable Consejo Directivo por:

BRENDA ILEANA MEJÍA GONZÁLEZ

Previo a optar el título de:

LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN



Guatemala, Noviembre 2015

Consejo Directivo

Director

Lic. Julio Moreno Sebastián

Secretaria Administrativa

M.A. Claudia Molina

Representantes Docentes

M.A. Amanda Ballina Talento

Lic. Víctor Carillas Brán

Representante de Egresados

Lic. Michael González Bátres

Representantes Estudiantiles

Pub. Joseph Mena

Pub. Carlos León

Coordinador de EPS

Lic. Luis Pedroza Gaytán

Supervisora de EPS

Licda. Sandra Hernández y Hernández

Of.Ref.IPNUSAC-036 -2015
Guatemala, 28 de septiembre de 2015

Licenciado
Luis Pedroza
Coordinador
Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Universidad de San Carlos de Guatemala

Estimado Licenciado Pedroza:

Reciba un cordial saludo del Instituto de Problemas Nacionales de la Universidad de San Carlos de Guatemala –IPNUSAC-, esperando que sus actividades se desarrollen con éxito.

Por medio de la presente, hacemos constar que **Brenda Ileana Mejía González**, quién se identifica con DPI **1807745220101** y numero de carné **200820900** de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, de la Universidad de San Carlos de Guatemala; como requisito y, previo a obtener el título de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación; realizo el Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura en esta entidad específicamente, en el Instituto de Problemas Nacionales de la Universidad de San Carlos -IPNUSAC-, cumpliendo con 300 horas efectivas de práctica que comprendió del 4 de mayo al 17 de julio del año en curso.

Realizando durante el tiempo estipulado actividades en base al proyecto **"ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN PARA LA REVISTA "ANÁLISIS DE LA REALIDAD NACIONAL" DEL INSTITUTO DE PROBLEMAS NACIONALES DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS –IPNUSAC–"**, todo con el material comunicacional respectivo debidamente entregado y recibido por IPNUSAC. Por lo cual manifestamos entera satisfacción respecto al trabajo de la epesista.

En tal virtud, extendemos la presente CONSTANCIA DE FINALIZACIÓN DE PROYECTO DE EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO DE LICENCIATURA.

Atentamente,



Rina Monroy

Comunicadora de IPNUSAC



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

C.c. Archivo

502 – 2418-7679
502 – 2418-7616

Edificio S-11, Salones 100 y 103,
Ciudad Universitaria, zona 12,
Guatemala C. A.

www.ipn.usac.edu.gt • ipnusac@gmail.com



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

Guatemala, 23 de octubre de 2015

Estudiante
Brenda Ileana Mejía González
Carné: 200820900
Escuela de Ciencias de la Comunicación, USAC

De mi consideración:

Por este medio informo a usted, que he revisado el Informe Final del Proyecto de EPS de Licenciatura con título: "ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN PARA LA REVISTA "ANÁLISIS DE LA REALIDAD NACIONAL" DEL INSTITUTO DE PROBLEMAS NACIONALES DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS -IPNUSAC-".

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

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"

Licda. Sandra Hernández y Hernández
Supervisora de EPS Licenciatura



Vo.Bo. Lic. Luis Pedroza
Coordinador de EPS de Licenciatura
Sección "A"



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 autor es responsable del contenido de este trabajo.

DEDICATORIA Y AGRADECIMIENTOS

A Dios, por darme la vida cada día; darme el coraje, la sabiduría, la fuerza y dones para llegar hasta acá. El plan que Él tiene para mí, se va realizando poco a poco; ya que Él tiene el control. Además de darme la dicha de nacer en Guatemala.

A la Universidad de San Carlos, por los años que me ha permitido estudiar en la E.C.C. y con ello querer estudiar comunicación; me llenó de un punto de vista diferente para querer hacer más por el país y por las personas necesitadas.

A mis padres, Marta y Julio, que han sabido guiarme; estando en las buenas y en las malas, siempre apoyándome y estando allí.

A mis Hermanos, Boris, Jorge y Marco; desde que era muy pequeña han sabido ayudarme en todo momento; no recuerdo algún momento sin ellos. El ejemplo que me han dado a través de los años, han hecho que quiera alcanzar mis sueños y Dios me ha bendecido con su gran vida.

A mi familia, mis tíos Evangelina, Leonel, Rolando y Nora; mis primos Evelyn, Yeimi y Samuel, así como a mis cuñados Janeth y Carlos y mis sobrinos Ismael, Jimena y Carla; por su apoyo y tiempo que me brindaron.

A mis amigos, Dmaria, Jery, Jeyson, Sergio, Carlos; agradezco a Dios su vida y que hayan llegado a la mía, los quiero mucho. Así como a Libna, América Rosslin, Gabriela, Sergio, Nalu, Jaquelin, por su apoyo en cada momento.

A mis maestros, aquellas personas que me instruyeron con su sabiduría, para que yo llegara hasta aquí; 한국어 선생님, 하현정입니다, 감사합니다.

A IPNUSAC, por abrir las puertas de la Institución, para que se pudiera llevar a cabo el proyecto, en especial a la licenciada Rina Monroy, por sus enseñanzas y sus palabras motivadoras para seguir.

A mi abuelita María Cristina, que donde ella esté, me manda su bendición; así como a mi abuelita Mina, mi tía Emma y mi prima Wendy, que ya no están aquí, pero este éxito, es algo que quiero compartir con ellas también.

A cada persona que de alguna u otra manera ayudo a la realización de este proyecto y me dio ánimos de seguir, gracias.

ÍNDICE

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO	1
1.1. OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO	1
1.1.1. Objetivo General	1
1.1.2. Objetivos Específicos	1
1.2. LA INSTITUCIÓN (IPNUSAC)	2
1.2.1. Ubicación Geográfica	2
1.2.2. Integración y Alianzas Estratégicas	2
1.2.3. Antecedentes o Historia	4
1.2.4. Departamentos o Dependencias	5
1.2.5. Misión.....	8
1.2.6. Visión	8
1.2.7. Objetivos Institucionales.....	8
1.2.8. Público Objetivo	9
1.2.9. Organigrama	9
1.3. METODOLOGÍA	10
1.3.1. Descripción del Método	10
1.3.2. Técnicas e Instrumentos de Recolección	11
1.3.3. Cronograma del Diagnóstico	12
1.4. RECOPIACION DE DATOS	13
1.4.1. Ficha de las entrevistas.....	13
1.4.2. Resultado de las entrevistas	13
1.4.3. Tablas comparativas, puntos de encuentros y disensos entre Entrevistados	15
1.5. RADIOGRAFÍA DE LA INSTITUCIÓN FODA.....	17
1.5.1. Fortalezas	17
1.5.2. Oportunidades.....	17
1.5.3. Debilidades	17
1.5.4. Amenazas	17

CAPÍTULO II

2. PLAN DE COMUNICACIÓN	18
2.1. ANTECEDENTES COMUNICACIONALES	18
2.2. OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN	19
2.1.1. Objetivo General.....	19
2.2.2. Objetivos Específicos	19
2.3. PÚBLICO OBJETIVO.....	20
2.4. MENSAJE	20
2.5. ESTRATEGIAS	21
Estrategia 01- Comunicación Interna en los empleados de IPNUSAC	
Estrategia 02- Fortalecer la comunicación externa en la divulgación de la revista “Análisis de la Realidad Nacional”	
2.6. ACCIONES DE COMUNICACIÓN	22
Acción 01- Afiche para la Revista.....	
Acción 02- Divulgación en Redes Sociales	
Acción 03- Panel Foro	
Acción 04- Campaña de Ambiente de ahorro de Recursos	
Acción 05- Campaña de limpieza de baños en el s11	
Acción 06- Souvenirs para la institución	
Apartado Especial.....	26

CAPÍTULO III

3. INFORME DE EJECUCIÓN	27
3.1. PROYECTO DESARROLLADO	27
3.1.1. Financiamiento.....	27
3.1.2. Presupuesto.....	27
3.1.3. Beneficiarios.....	28
3.1.4. Recursos humanos	28
3.1.5. Áreas Geográficas de Acción	29

3.2. ESTRATEGIA Y ACCIONES DESARROLLADAS.....	30
3.3. Cronograma de Actividades	47
3.4. CONTROL Y SEGUIMIENTO (EVALUACIÓN)	48
3.4.1 Plan de Medios Externos	48
3.4.1.1 Distribución de revista	48
3.4.2 Plan de Relaciones Públicas	49
3.4.2.1 Panel/Foro	49
3.4.3 Cuestionario, nivel de aceptación del público	50
3.4.3.1 Graficas e Interpretación	50
3.4.4 Plan de Medios Interno	54
CONCLUSIONES	55
RECOMEDACIONES.....	56
GLOSARIO DE TÉRMINOS.....	57
BIBLIOGRAFÍA	58
EGRAFÍA.....	58
ANEXOS.....	59
Transcripción completa de las Entrevistas	59
Modelo de Encuesta	64
Fotografías.....	65

RESUMEN

Nombre de la Institución

Instituto de Problemas Nacionales de la Universidad de San Carlos –
IPNUSAC-

Nombre del Proyecto

“Estrategias de comunicación para la revista *“Análisis de la Realidad Nacional”*
del Instituto de Problemas Nacionales de la Universidad de San Carlos –IPNUSAC-“

Objetivos del Proyecto

General

Distribución de la Revista “Análisis de la Realidad Nacional”, que es hecha en el Instituto, para que llegue al grupo objetivo deseado.

Específico

- ✓ Realizar una estrategia interna para la institución.
- ✓ Recurrir a nuevas formas de comunicación para que la revista sea mejor distribuida.
- ✓ Llegar al grupo objetivo deseado.

Sinopsis

El instituto tiene credibilidad fuera de la universidad de San Carlos de Guatemala, esto da impulso a ser conocida, pero no dentro de la misma universidad; por ello se realiza una estrategia para que la revista “Análisis de la Realidad Nacional” sea más conocida dentro de esta.

El proyecto consiste en dos estrategias comunicacionales; la primera llamada Comunicación Interna en los empleados de IPNUSAC, cuando un instituto funciona bien en la parte interna, se ve reflejada en el producto final que se muestra, en este caso la revista y la otra es Fortalecer la comunicación externa en la divulgación de la revista "Análisis de la Realidad Nacional", la cual consiste en la realización de acciones específicas para que mejore la distribución de la revista con el grupo objetivo deseado.

INTRODUCCIÓN

El presente informe comunicacional, hecho en el Instituto de Análisis e Investigación de los Problemas Nacionales de la Universidad de San Carlos (IPNUSAC), en base a la revista "Análisis de la Realidad Nacional" que el instituto maneja.

El informe comunicacional describe, a través de pasos, como era la situación de revista, hasta la realización de ejecución del proyecto y obtener los resultados deseados.

Para ampliar la realización del informe, los métodos utilizados para la realización del diagnóstico, se puede mencionar el método de investigación científico exploratorio, así como la utilización de la observación y el uso de entrevistas las cuales ayudaron para el análisis de estas; también se contó con documentación del instituto.

El plan comunicacional contiene una estructura detallada, donde se llegan a estrategias y acciones, acuerdos para poder solucionar el problema de comunicación detectado (en el diagnóstico).

El plan comunicacional, sirve como una herramienta a implementar en el instituto, específicamente para ayudar a mejorar la distribución de la revista "Análisis de la Realidad Nacional" y llegar al grupo objetivo.

Las estrategias de comunicación así como las acciones, tuvieron como fin fortalecer la comunicación interna, pero sobre todo, que la revista "Análisis de la Realidad Nacional" pudiera llegar con éxito al público objetivo.

JUSTIFICACIONES

Debido a la falta de tiempo y recursos para la distribución de la revista "Análisis de la Realidad Nacional" y aún no llegar a uno de los grupos objetivos deseados; se tiene la necesidad de implementar un plan comunicacional ideal y que llegara a realizarse con la ejecución..

Para solucionar el problema, se crean estrategias; con la idea de que al ser implementadas, se cumplan con los objetivos planteados; mejorar la distribución de está y llegar al grupo objetivo requerido.

Durante los meses anteriores, se pudo diagnosticar el problema principal, y con la ayuda del plan de comunicación, se pudo realizar una ejecución exitosa, dándole a la institución, herramientas claves para que pueda tener una mejor distribución de la revista, a partir de ahora.

Este plan se pudo realizar, mediante el Ejercicio Profesional Supervisado –EPS- hecho en la Escuela de Ciencias de la Comunicación, de la Universidad de San Carlos; dando así una oportunidad al Instituto de Problemas Nacionales, la ayuda para poder solucionar uno de los problemas que desde hace tiempo han venido teniendo; pudiendo auxiliar y cumpliendo con los objetivos en las horas asignadas de práctica en el instituto.

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO

“DIAGNÓSTICO COMUNICACIONAL DE LA SITUACIÓN ACTUAL DE LA DISTRIBUCIÓN Y DIFICIÓN DE LA REVISTA ANÁLISIS DE LA REALIDAD NACIONAL DE IPNUSAC”

1.1. OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO

1.1.1. Objetivo General

Definir la situación actual de la revista “Análisis de la Realidad Nacional” y como estas condiciones impacta a la distribución de esta.

1.1.1 Objetivos Específicos

- Investigar a través de documentos de la institución, si han alcanzado al grupo objetivo deseado, así como los medios actuales de distribución y si son funcionales.
- Conocer el contexto de distribución de la revista, a través de entrevistas y observación en la institución.

Planear a través de los resultados de las entrevistas y la observación, una estrategia de comunicación para que la revista “Análisis de la Realidad Nacional” amplíe su radio de distribución y sea más conocida.

1.2. LA INSTITUCIÓN (IPNUSAC)

1.2.1. Ubicación Geográfica

Está ubicada en el Edificio S11, oficina 100. Ciudad Universitaria, zona 12, 01012, Ciudad de Guatemala.

1.2.2. Integración y Alianzas Estratégicas

Organización y estructura funcional adecuada. El IPNUSAC cuenta con una Dirección, con un Depto. Técnico Administrativo y siete diferentes divisiones que están a cargo de Profesionales con especializaciones y experiencia cada uno en su área que priorizarán el que hacer del Instituto para el año 2012, siendo éstas: Educación, Salud y Seguridad Social, Socio-Política, Desarrollo Rural, SocioAmbiental, Justicia y Seguridad Ciudadana, Innovación Científica y Tecnológica, Socio-Económica y podrán crearse todas aquellas divisiones que en el futuro requiera el contexto nacional.

Todas las Divisiones fueron creadas como estructuras funcionales interrelacionadas flexibles y dinámicas, que responden a la agenda universitaria de INCIDENCIA nacional la que será definida por la USAC en función de las prioridades que la promoción de la democracia y el desarrollo del país demanden. No obstante que se adopte el modelo organizativo por áreas, el enfoque y el método de trabajo deberá garantizar la integralidad referida. Asimismo, prevalecerá el trabajo en equipo y la coordinación de esfuerzos con las unidades académicas y de investigación de la Universidad de San Carlos, respecto al estudio de los temas de trascendencia que requieran de su participación.

Propuestas dirigidas a contribuir al fortalecimiento y profundización del régimen democrático y equitativo. Los planteamientos que presenten las diferentes Divisiones de Trabajo del Instituto promoverán la multi e interculturalidad, la equidad étnica y de género, para una mejor participación e involucramiento de los diferentes sectores de la sociedad.

Formulación de propuestas de iniciativas de ley y políticas públicas en temas prioritarios. Las Divisiones de Trabajo del Instituto desarrollarán propuestas de iniciativas de ley y políticas públicas en temas prioritarios, como resultado de un estudio, investigación y análisis previo que fundamente dichas propuestas, a efecto que la Universidad de San Carlos esté en condiciones de ejercer, de la mejor manera posible, la facultad de iniciativa de ley que constitucionalmente le corresponde.

Para fortalecer los procesos de estudio e investigación, se sistematizará información estratégica acerca de los principales acontecimientos, hechos noticiosos y tendencias de la dinámica política, económica, social y cultural del país, la región y del ámbito internacional, relacionados con la agenda universitaria.

Alianzas Estratégicas.

El Instituto identificará, evaluará y propondrá la realización de alianzas estratégicas con actores clave, para la formulación de las políticas públicas, iniciativas de ley, pronunciamientos y demás propuestas de interés nacional. En concordancia con su carácter de universidad pública, sus alianzas prioritarias se darán con el Estado, las distintas instituciones que lo conforman, ejerciendo su autonomía en función de su capacidad propositiva y de crítica. De igual forma, se establecerán relaciones con otros sujetos de pensamiento, nacionales e internacionales, para profundizar sus capacidades de análisis y propuesta, así como para compartir su producción académica.

Organismos no Gubernamentales

- PRODESA
- ACCESA

Instituciones

- URL (Universidad Rafael Landívar)
- CECON (Centro de Estudios Conservacionistas)
- FLACSO (Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales)
- OAG (Observatorio Ambiental de Guatemala)

Sociedad Civil

- Observatorio Indígena
- PDH
- SEGEPLAN
- DIGI

1.2.3. Antecedentes o Historia

Crear una entidad dedicada a la reflexión y propuesta de solución de los problemas nacionales, incluyendo la utilización del derecho que tiene la USAC de presentar ante el Congreso iniciativas de ley, es una propuesta planteada por el anterior Rector de la Universidad de San Carlos de Guatemala, Licenciado Estuardo Gálvez, y aprobada por unanimidad en el Consejo Superior Universitario, a finales del año 2008.

Durante el año 2007 se realizó el diseño de la propuesta, con la participación de profesionales de las distintas áreas del conocimiento, imprimiendo a este proyecto un carácter multi, inter y transdisciplinario. El 2008 fue el año en el cual se desarrolló un ejercicio amplio de socialización de un documento base, el cual fue enriquecido y complementado por los aportes de los profesionales consultados.

Durante el segundo semestre del año 2008, coincidiendo con un requerimiento del Consejo Superior Universitario, que solicitó realizar gestiones para la creación de una unidad ágil con capacidad de análisis y propuesta oportuna y pertinente en el tiempo y el contexto social guatemalteco, se presenta formalmente ante ese cuerpo colegiado, el documento que plantea la creación de este Instituto.

En septiembre de 2008, el Consejo Superior Universitario de la USAC, según consta en el punto sexto, inciso 6.3, del Acta No. 23-2008 de su sesión ordinaria celebrada el día 24 del mes referido, creó el Instituto de Análisis e Investigación de los Problemas Nacionales, quedando aprobados: su base legal, el marco referencial y socio contextual al que responde, así como la justificación de la necesidad de su implementación, su estructura organizacional y los recursos necesarios para su

funcionamiento. El punto referido literalmente dice: “ACUERDA: 1) Aprobar la Propuesta de creación del „Instituto de Análisis e Investigación de los Problemas Nacionales” presentada por el Señor Rector... 2) Felicitar a la Administración Central por la propuesta antes presentada, la cual este Órgano Superior considera de beneficio para la sociedad guatemalteca”. El proceso de ejecución de esta resolución se inicia en febrero del año 2009, pero es hasta el segundo semestre de dicho año que se hace el lanzamiento público del Instituto.

1.2.4. Departamentos o Dependencias

Para lograr cumplir con los propósitos que justifican su creación, el Instituto contará con una Dirección, que dependerá directamente del Rector, con los Departamentos Técnico Administrativo y de Información Estratégica, así como con las áreas que las prioridades nacionales demanden, las cuales no constituyen islas de conocimiento y análisis, ya que estarán articuladas con un enfoque y visión inter, multi y transdisciplinaria.

De igual manera, debe entenderse que las urgencias coyunturales que demanden propuestas de distinto tipo por parte de la USAC, no pueden formularse al margen de las condiciones históricas y estructurales prevalecientes. O sea que, sin desconocer las especializaciones que el desarrollo del conocimiento requiere, el Instituto buscará, en sus propuestas, expresar una visión integral, así como articular sus propuestas de solución a las demandas coyunturales que la realidad plantee, con una comprensión estructural e histórica, que supere el análisis superficial y cortoplacista.

En una primera etapa, que deberá ser oportunamente evaluada, los temas que se priorizarán y respecto de los cuales se constituyen áreas de investigación y análisis específicas, son las siguientes:

- ✓ **Educación:** Es el área encargada del análisis, estudio y comprensión de la problemática educativa nacional, responsable de elaborar propuestas para la solución de los problemas relacionados con el sistema educativo. Tiene

igualmente como función fundamental el planteamiento de procesos de intercambio, reflexión, estudio y diseño de nuevas propuestas paradigmáticas, de modelos educativos incluyentes, pertinentes a una nación multicultural, multiétnica y multilingüe, que promuevan la equidad y la calidad educativa pertinente y transformadora.

- ✓ **Salud y Seguridad Social:** Es el Área del Instituto responsable por la vigilancia y estudio de la situación de salud y seguridad social del país, en lo relativo a sus determinantes, efectos y manifestaciones, con visión integral, prospectiva, transdisciplinaria, intercultural y genérica, para fundamentar y orientar racionalmente la generación de propuestas y acciones de incidencia política – entre otras-, que contribuyan al mejoramiento sistemático de la salud de todos los guatemaltecos y guatemaltecas, con equidad, oportunidad, calidad y cobertura universal con servicios de salud y seguridad social.
- ✓ **Socio-Política:** Es el Área encargada de estudiar la realidad socio política prevaleciente en el país, en la región y en el mundo, a efecto de contribuir a que la USAC haga propuestas dirigidas a fortalecer el Estado, el sistema político y de partidos políticos y, en general, a profundizar la democracia, robusteciendo su dimensión representativa, en estrecha relación con el desarrollo de su dimensión participativa, para que el poder político esté cada vez más en condiciones de impulsar el desarrollo nacional, integralmente concebido, entendiendo que la profundización de la democracia en Guatemala supone, necesariamente, superar la exclusión racista que lo ha caracterizado, así como su carácter patriarcal.
- ✓ **Desarrollo Rural Integral:** Es el Área encargada de analizar la situación prevaleciente en los territorios rurales del país, en función de hacer propuestas que permitan alcanzar su desarrollo integral, teniendo como centro del mismo el desarrollo humano de las poblaciones que lo habitan. Este análisis deberá contribuir a la elaboración de un Plan General para el desarrollo integral del país, así como a la formulación de propuestas de políticas públicas para resolver los problemas concretos que coyunturalmente se manifiesten.
- ✓ **Socio-Económica:** El área Socio-Económica del Instituto es la encargada de realizar el análisis y estudio de la problemática económica y social del país, así

como del impacto en el bienestar de la sociedad y el acceso a los satisfactores básicos y fundamentales necesarios para su propia existencia, enfatizando aquellos aspectos relevantes, como los niveles de pobreza y exclusión social, empleo e ingresos, en aras de que la Universidad de San Carlos coadyuve a la formulación de un Plan General de Desarrollo y de las propuestas específicas, necesarias para el desarrollo y transformación del país.

- ✓ **Justicia y Seguridad Ciudadana:** Es el área encargada de promover el estudio y análisis del sistema de justicia y la seguridad ciudadana del país para proponer soluciones a esta problemática nacional.
- ✓ **Innovación científica y tecnológica:** Es el área encargada del estudio de la innovación científica en función de la investigación y la innovación tecnológica para contribuir a fortalecer nuestra competitividad sistémica, de cara a la inserción ventajosa en la mundialización y al desarrollo de un mercado interno ampliado.
- ✓ **Otras que posteriormente se crearen.**
 - ♣ **Área Socio ambiental:** Dentro del IPNUSAC es la división encargada de planificar, estudiar, coordinar, organizar, dirigir y controlar todas las actividades relacionadas con aspectos socio ambientales.

Estas áreas están concebidas como estructuras funcionales, interrelacionadas, flexibles y dinámicas, que responden a la agenda universitaria de incidencia nacional, la que será definida por la Universidad en función de las prioridades concretas que la promoción de la democracia y el desarrollo del país demande.

No obstante que se adopta el modelo organizativo por áreas, el enfoque y el método de trabajo deberá garantizar la integralidad referida. Asimismo, deberá prevalecer el trabajo en equipo, así como la coordinación de esfuerzos con las unidades académicas y de investigación de la USAC, respecto al estudio de los temas de trascendencia que requieran de su participación.

1.2.5. Misión

Contribuir a que la Universidad de San Carlos (USAC) cumpla con el mandato Constitucional de cooperar en el estudio y la solución de los problemas nacionales, a través de investigaciones científicas, propuestas institucionales y debates públicos.

1.2.6. Visión

Es la unidad académica que contribuye de manera eficaz y eficiente a que la USAC cumpla con el mandato Constitucional de cooperar en el estudio y solución de los problemas nacionales, promoviendo un Estado social y democrático de derecho, en un clima de libertad, respeto y pluralidad.

1.2.7. Objetivos Institucionales

Objetivos generales del IPNUSAC.

Ser una instancia dentro de la Universidad de San Carlos de Guatemala, que facilite el cumplimiento del mandato que la Constitución le establece en su Artículo 82, referido a la promoción de la investigación en todos los campos y la cooperación en el estudio y solución de los problemas nacionales, en beneficio del desarrollo integral de la sociedad.

Objetivos específicos del IPNUSAC.

- ✓ Contribuir a articular y cohesionar los distintos esfuerzos de la USAC, que tengan como eje la incidencia en temas de interés nacional, con el fin de lograr el posicionamiento institucional de forma coordinada y oportuna.
- ✓ Contribuir a la solución de la problemática nacional y al desarrollo integral del país, en áreas estratégicas tales como la educación, salud, seguridad social, vivienda, empleo, medio ambiente, desarrollo rural, seguridad ciudadana y fortalecimiento del Estado de Derecho en Guatemala.
- ✓ Promover y facilitar el ejercicio de la facultad de iniciativa de ley que tiene la Universidad de San Carlos por disposición constitucional, en beneficio del desarrollo social.

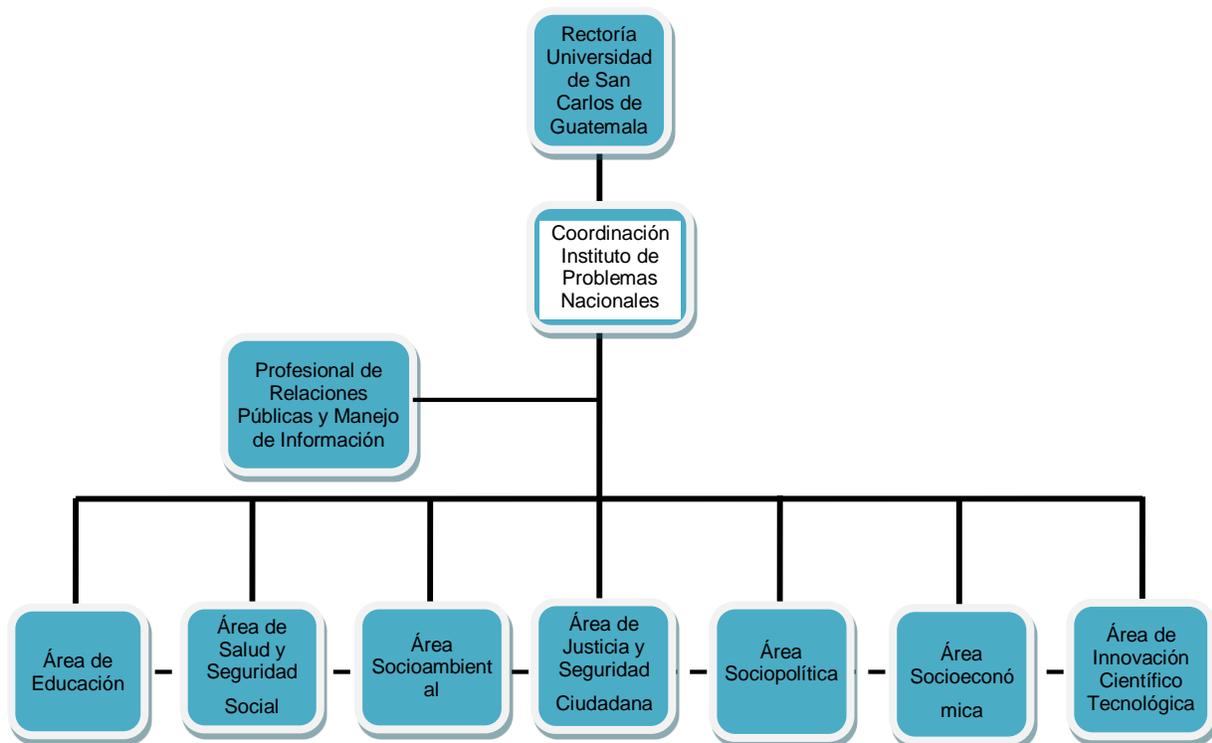
Lograr la incidencia de la Universidad de San Carlos en las políticas públicas de gobierno, así como una participación y representación activa y eficiente en la búsqueda de soluciones de los problemas nacionales.

1.2.8. Público Objetivo

Sector académico, comunidad nacional e internacional.

1.2.9. Organigrama

ORGANIGRAMA GENERAL
INSTITUTO DE ANÁLISIS E INVESTIGACIÓN DE LOS PROBLEMAS NACIONALES
-IPNUSAC-



1.3. METODOLOGÍA

Para realizar un diagnóstico comunicacional para la revista “Análisis de la Realidad Nacional” de IPNUSAC (Instituto de Análisis e Investigación de los Problemas Nacionales de la Universidad de San Carlos), los métodos a utilizar son: la investigación científica exploratoria, la cual ayudará a indagar la situación comunicacional actual de la revista; además de contar con la observación, el método cualitativo y el análisis por medio del método de razonamiento inductivo y clasificación de datos. En base a esto se puede proponer un plan de comunicación que se adecue a la revista previamente mencionada.

1.3.1. Descripción del Método

✓ Investigación Científica Exploratoria¹

Es la investigación que pretenden dar una visión general de tipo aproximativo respecto a una determinada realidad. (Este tipo de investigación se realiza especialmente cuando el tema elegido ha sido poco explorado y reconocido, y cuando aún, sobre él es difícil formular hipótesis precisas o de cierta generalidad.)

✓ Método Cualitativo²

Tiene como objetivo la descripción de las cualidades de un fenómeno. Busca un concepto que pueda abarcar una parte de la realidad. Recoge los discursos completos de los sujetos, para proceder luego a su interpretación, analizando las relaciones de significado.

✓ Análisis por método de Razonamiento Inductivo³

El método inductivo intenta ordenar la observación tratando de extraer conclusiones de carácter universal desde la acumulación de datos particulares.

¹ (Ferrer, 2010)

² (Ibáñez, 2015)

³ (EDUCATIVA, 2015)

1.3.2. Técnicas e Instrumentos de Recolección

✓ **Observación**

Con esta técnica, se podrá obtener datos, a través de una percepción directa con los altos mandos de la institución, así como el resto del equipo de trabajo; con el fin de detectar los efectos de la comunicación interna y como afectan estos a la hora de querer hacer una comunicación externa.

✓ **Entrevista a Profundidad**

En base a esta técnica, se entrevistará a personas en la institución para conocer la posición que se tiene en torno a la revista; conocer cuáles son los canales de comunicación actuales, y cómo se están manejando; en base a esto, podría hacerse un análisis a fondo y proponer otras soluciones para un mejor manejo de estos (en tanto a la distribución y difusión de la Revista “Análisis de la Realidad Nacional”).

✓ **Documentación⁴**

Consulta a documentos de la institución (los cuales ayudarán a la recolección más efectiva de información), con esto se puede agregar: trifoliales; material informativo como lo es la revista y consulta a los medios informáticos, como lo es la página de Facebook, y la página del instituto.

⁴ (IPNUSAC, 2014)

1.3.3. Cronograma del Diagnóstico

Cronograma del Diagnóstico - Febrero 2015

<p>Viernes 6</p> <p>Entrega de Carta E.P.S.</p>	<p>Lunes 9</p> <p>Reunión con la licenciada Rina Monroy sobre el manejo de IPNUSAC</p>	<p>Martes 10</p> <p>Técnica de observación sobre medios virtuales para conocer más sobre el instituto.</p>	<p>Miércoles 11</p> <p>Reunión con la licenciada Rina Monroy: Obtención de documentos de apoyo para diagnóstico.</p>
<p>Jueves 12</p> <p>Observación general en el instituto.</p>	<p>Viernes 13</p> <p>Recolección de información sobre empresa/ Inicio de estructura de Diagnóstico</p>	<p>Lunes 16</p> <p>Redacción y estructuración de entrevistas para personal de IPNUSAC</p>	<p>Martes 17</p> <p>Transcripción de información para el diagnóstico</p>
<p>Miércoles 18</p> <p>Reunión con la licenciada Rina Monroy/técnica de observación hacia el instituto</p>	<p>Viernes 20</p> <p>Estructura General de Diagnóstico (Fondo y forma)</p>	<p>Lunes 23</p> <p>Entrevista con la Licenciada Rina Monroy</p>	<p>Martes 24</p> <p>Entrevista con Estadígrafo Jaqueline Rodríguez</p>
<p>Miércoles 25</p> <p>Entrevista con el Doctor Edgar Gutiérrez</p>	<p>Jueves 26</p> <p>Entrevista con la licenciada Diana Herrera</p>	<p>Viernes 27</p> <p>Análisis de resultados de entrevistas y transcripción de estas.</p>	<p>Sábado 28</p> <p>Estructuración del diagnóstico con resultados/Conclusión de radiografía y del resto del diagnóstico.</p>

1.4. RECOPIACION DE DATOS

1.4.1. Ficha de las entrevistas

Las entrevistas, constan de 8 preguntas. El fin de estas, es conocer:

- Situación actual de la revista
- Canales de comunicación utilizados para la distribución y difusión de la revista
- Cómo se maneja la comunicación para el desarrollo de la revista
- Más información sobre la revista

Entrevista No. 1⁵

Entrevistada: Licenciada Rina Monroy

Fecha: 23/02/2015

Duración de entrevista: 00:37:00 minutos

Entrevista No. 2⁶

Entrevistada: Estadígrafa Jaqueline Rodríguez

Fecha: 24/02/2015

Duración de entrevista: 00:16:00 minutos

Entrevista No. 3⁷

Entrevistado: Doctor Edgar Gutiérrez

Fecha: 25/02/2015

Duración de entrevista: 00:15:00 minutos

1.4.2. Resultado de las entrevistas

Al realizar estas entrevistas, se pudo llegar a los siguientes resultados: La revista "Análisis de la Realidad Nacional" da una opinión pública a través de análisis de coyuntura con autores invitados, especialistas en cada tema, actividades del Instituto y de la USAC, legado y propuestas de debate.

⁵ transcripción completa de entrevistas

⁶ transcripción completa de entrevistas

⁷ transcripción completa de entrevistas

Tanto la revista digital, quincenal, como la revista impresa, trimestral, van dirigidos a un grupo objetivo previamente seleccionado; pero aunque esto suceda, se quiere expandir, ya que se quiere dar a conocer (con 2000 copias hechas), estos puntos de vista y se tenga una difusión más amplia.

Actualmente, la revista ha logrado verse como una fuente de información para las personas que lo necesiten, sin embargo, aún se quieren lograr otros objetivos para obtener un mayor alcance en otros puntos; aunque lo que siempre se ve que falla, es la falta de presupuesto que se tiene; ya que se quieren realizar más copias de la revista y hacer publicidad al respecto, pero no se cuenta con dinero suficiente para poder hacer campañas cada cierto tiempo. Cabe mencionar que para evitar muchos gastos, se podrían implantar otras formas de distribución. Los canales de comunicación existentes para la distribución fueron esclarecidos: internet con una base de datos previamente establecida, así como también Facebook, página web, twitter; repartición de la revista física a través de una persona encargada, para universidades, ministerios, instituciones. Pero aún se quiere abarcar el área de librerías, ya que no se encuentra una forma de poder hacerlo.

Para poder realizar la revista, se necesita un tiempo específico, el cual aunque se tenga un cronograma, se pierde un poco, ya que los analistas, por hacer otros trabajos, no mandan el trabajo. Se necesita más que todo un equipo de tiempo completo para que este al pendiente al 100% con la revista; considerando que esto debería de ser un punto muy importante; porque si se empieza a fallar desde su base, podría esto interrumpir con la distribución adecuada de la revista. Se llega a pensar que para poder hacer funcional de una mejor manera la revista, primero se tiene que considerar ayudar en la base de la revista, que en este caso sería la comunicación interna, con el hecho de que los artículos estén a tiempo; seguido de poder llegar al grupo objetivo que desde un principio se ha querido llegar, pero hasta el momento no se ha podido dar; así como la distribución en otros puntos estratégicos. Aunque la falta de presupuesto puede ser un obstáculo, se puede llegar a tener éxito, si se sabe enfocar bien el plan de comunicación.

1.4.3. Tablas comparativas, puntos de encuentros y disensos entre entrevistados

1.1 Preguntas	Puntos de Encuentro	Puntos de Disensión
¿En qué consiste la Revista “Análisis de la Realidad Nacional”?	Consiste en sectores de opinión pública a través de análisis de coyuntura por medio de analistas especializados en diferentes áreas de trabajo de IPNUSAC	
¿Cuál es el objetivo de que se realice la revista tanto trimestral como quincenal?	Informar al público sobre temas de interés específico (como las secciones que se manejan en la revista)	
¿Cuál ve que es la situación actual de la revista?	Se utiliza como fuente de consulta y debate. Es un material fresco e innovador, hecho con calidad.	Por contener muchas páginas, las personas solo buscan un tema en específico y no ven toda la revista
¿Cuáles son los canales de comunicación que usted conoce para la distribución de la revista?	internet con una base de datos previamente establecida, así como también Facebook, página web, twitter; repartición de la revista física a través de una persona encargada	
Estos canales de comunicación para la distribución de la revista ¿son efectivos?	Sí, tanto como las bases de datos donde se manda la información, así como la distribución física	Sí a nivel nacional, pero no tanto para nivel departamental

¿Cuál podría ser la mayor debilidad de la revista? Necesita un equipo a tiempo completo para que se encargue de la revista, así como un banco de artículos. Por contener muchas páginas, las personas no leen toda la revista.

¿Cada cuánto se reúnen para discutir el estado de la revista? Cada semana o cada quince días

¿Qué solución propondría para que la revista se pudiera difundir de la mejor manera? Conseguir más presupuesto para una mejor distribución, así como crear una red de voluntariado para poder difundir la revista entre allegados.

1.5. RADIOGRAFÍA DE LA INSTITUCIÓN –FODA-

1.5.1. Fortalezas

- Cuentan con analistas calificados para la realización de los análisis de coyuntura.
- Hay especialistas para cada área a abordar.
- Se cuenta con un grupo objetivo ya establecido para la distribución y difusión de la revista.

1.5.2. Oportunidades

- Al tener una base de datos ya establecida, se puede seguir dando una nueva manera de distribución de la revista, y como ya está consolidada, puede empezar a ver nuevos modos para su difusión.

1.5.3. Debilidades

- No contar con un equipo de tiempo completo para poder realizar un mejor desempeño en la realización de la revista (tanto quincenal como trimestral).
- No contar con un banco de artículos por si algún editor llegara a faltar en la fecha de entrega.
- Al solo tener un grupo objetivo consolidado, se ha pasado a segundo plano la idea de poder abarcar el grupo deseado.

1.5.4. Amenazas

- La falta de presupuesto, puede hacer que las ideas planteadas para el plan de comunicación, no se puedan desarrollar de la mejor forma.

CAPÍTULO II

2. PLAN DE COMUNICACIÓN

“PLAN DE COMUNICACIÓN PARA MEJORAR LA DISTRIBUCIÓN DE LA REVISTA “ANÁLISIS DE LA REALIDAD NACIONAL” DEL INSTITUTO DE ANÁLISIS E INVESTIGACIÓN DE LOS PROBLEMAS NACIONALES DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS (IPNUSAC) Y AMPLIAR SU GRUPO OBJETIVO”

2.1. ANTECEDENTES COMUNICACIONALES

El IPNUSAC es un centro académico de carácter multidisciplinario, que asesora al Consejo Superior Universitario (CSU) y al Rector en el tratamiento de los asuntos relevantes de la vida democrática del país. Fortalece el aporte técnico-científico en el estudio y la solución a los problemas nacionales.

Actualmente, está integrado por un Coordinador General, una Unidad Administrativa y Financiera, una profesional de Comunicación Social (Rina Monroy) y siete áreas de trabajo: Educación, Salud y Seguridad Social, Sociopolítica, Desarrollo Rural y Estudios Socioambientales, Socioeconómica, Justicia y Seguridad Ciudadana, Innovación Científica y Tecnológica.

✓ **Definición del área**

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

✓ **Publicaciones**

La Versión Impresa: Revista Análisis de la Realidad Nacional, versión impresa, se ha constituido como una publicación que genera análisis, debate, y propuesta a la solución de los Problemas Nacionales en diversos sectores y ha logrado niveles de excelencia y calidad. Está catalogada como una revista de Divulgación Científica y Cultural.

La Versión Digital de la Revista Análisis de la Realidad Nacional se divulga el 1 y 16 de cada mes en: www.ipn.usac.edu.gt www.revistaipnusac.org www.revistasguatemala.usac.edu.gt y www.issu.com. Refleja la problemática del país, desde la perspectiva de la gestión de Gobierno, a través de los Análisis de Coyuntura, como de las políticas públicas de más largo plazo.

La versión digital y la impresa circulan en redes académicas de cobertura nacional, regional e internacional, así como en instituciones de Gobierno, Organismo Legislativo, Sociedad Civil, Cuerpo Diplomático, Entidades nacionales e internacionales.

✓ **Visión del área⁸**

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

2.2. OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN

2.2.1. Objetivo General

Ampliar el Grupo Objetivo de la revista “Análisis de la Realidad Nacional”, para que tenga un nuevo alcance, a través de canales de datos accesibles.

2.2.2. Objetivos Específicos

- Colocar la revista en lugares estratégicos para llegar al grupo objetivo deseado.
- Hacer uso de la tecnología (página de Facebook, twitter y por correo electrónico), para poder dar más impulso a la revista.
- Realizar un panel/foro, sobre la función de la revista.
- Implementar el plan de comunicación en la revista y que este sea funcional.

⁸ (IPNUSAC, 2014)

2.3. PÚBLICO OBJETIVO

Al enfocarse en el grupo objetivo deseado, este se dividirá en dos: Individuos con formación Universitaria: estudiantes de la Universidad de San Carlos de Guatemala, individuos con vocación universitaria: Académicos que quieran informarse de la realidad nacional. Esta segmentación es en base al público externo.

	Formación Universitaria	Vocación Universitaria
Edad	19 a 26 años	30 a 50 años
Género	Ambos géneros	Ambos géneros
Clase Social	Media (B,C+)	Alta (B, B+)
Medios de Comunicación	Radio, televisión, redes sociales, revistas, internet	Radio, periódico, redes sociales, revistas, correo electrónico, internet y sitios web.
Ocupación	Estudiante/trabajador	Título universitario/trabajador
Idioma	Español/Ingles	Español/Ingles
Zona Geográfica	Ciudad de Guatemala	Ciudad de Guatemala

2.4. MENSAJE

El mensaje tiene contenido tanto de inspiración así como de educación; con esto, se busca que al leer la revista de "Análisis de la Realidad Nacional" el grupo objetivo genere una nueva visión de temas nacionales, logrando una "reflexión, diálogo y debate". Este mensaje, llega a la nueva amplitud del grupo objetivo. El mensaje girará en torno a la frase: **"Impulsando nuevos criterios"**.

2.5. ESTRATEGIAS

Para poder solucionar una de las debilidades de la revista, las cuales fueron expuestas con anterioridad, se pueden detallar posibles soluciones al problema, con forme a los objetivos planteados en el plan de comunicación.

Un plan de medios externos, según Rafael Muñiz⁹ se define como *“un conjunto de operaciones de comunicación destinadas a los públicos externos de una empresa o institución”*. Esto, detallando de forma general, como se podrá generar de una manera más directa, la estrategia comunicacional para una mejor distribución. Además estos medios externos utilizados para la revista, servirán también para llegar al grupo objetivo que siempre se tuvo en mente, pero que no se había llegado con anterioridad.

Se plantea usar un plan de relaciones públicas, a lo que también Rafael Muñiz¹⁰ dice *“el conjunto de acciones planificadas y deliberadas que tienen como finalidad crear o mantener una imagen determinada de la empresa ante el mercado”*, y esto se aplica a la revista. Cada objetivo debe tener una estrategia comunicacional adecuada, y para que sea efectiva se plantea así:

Objetivos del Plan de Comunicación	Estrategia	Plan de Medios
Colocar la revista en lugares estratégicos para llegar al grupo objetivo deseado	Fortalecer la comunicación externa en la divulgación de la revista “Análisis de la Realidad Nacional”.	Plan de medios Externos
Hacer uso de la tecnología para poder dar más impulso a la revista.	Fortalecer la comunicación externa en la divulgación de la revista “Análisis de la Realidad Nacional”.	Plan de medios Externos
Realizar charla sobre un tema de interés nacional e impulsar en el evento a la revista.	Fortalecer la comunicación externa en la divulgación de la revista “Análisis de la Realidad Nacional”.	Plan de medios de Relaciones Públicas
Realizar campaña de Ambiente, así como involucrar a los empleados en la institución.	Comunicación Interna en los empleados de IPNUSAC	Plan interno de medios

⁹ (MUÑIZ, 2015)

¹⁰ (MUÑIZ, 2015)

2.6. ACCIONES DE COMUNICACIÓN

Objetivo del Plan de Comunicación	Estrategia	Plan de Medios
Colocar la revista en lugares estratégicos para llegar al grupo objetivo deseado	Fortalecer la comunicación externa en la divulgación de la revista “Análisis de la Realidad Nacional”.	Plan de medios Externos

Acciones de Comunicación Externa:

Para poder enfocarse en la distribución y llegar al grupo objetivo deseado, se plantea hacer un banner, que se colocará estratégicamente en la biblioteca central de la Universidad de San Carlos, en la entrada principal, junto con revistas que serán colocadas en el mostrador de la entrada, para que los estudiantes, así como docentes puedan tomar un ejemplar.

El motivo del banner, es dar a conocer la revista, dentro de la universidad; y este contendrá información base, tal como: en qué lugar se puede adquirir la revista, en qué páginas está disponible la revista digital, así como un espacio removible, para poder poner cada cierto tiempo, la fecha de los panel/foros que se manejaran cada trimestre y que el grupo objetivo llegue.



Objetivos del Plan de Comunicación	Estrategia	Plan de Medios
Hacer uso de la tecnología para poder dar más impulso a la revista.	Fortalecer la comunicación externa en la divulgación de la revista "Análisis de la Realidad Nacional".	Plan de medios Externos

Acciones de comunicación externa:

Aquí se dará más impulso a la revista, por medio de redes sociales, tales como: Facebook, twitter y correo electrónico (con la base de datos ya establecida). El idea, es que el grupo objetivo este informado tanto por el hecho de que ya está disponible la revista digital que sale cada quince días, así como cuando esté disponible la versión impresa, cada tres meses.

Para poder impulsarlo, se actualizarán las redes sociales, colocando el link de la revista digital, y en cuanto a la revista impresa, también el link de la revista digital y adicional, la fecha y lugares donde estará disponible. En cuanto al correo, será un e-mail marketing¹¹, donde contendrá información útil y básica sobre la revista, contenido en una imagen de 2.5*2.5 cm.



¹¹ (e-marketing, 2015)

Objetivos del Plan de Comunicación	Estrategia	Plan de Medios
Realizar charlas informativas sobre la función de la revista.	Fortalecer la comunicación externa en la divulgación de la revista "Análisis de la Realidad Nacional".	Plan de medios de Relaciones Públicas

Acciones de Relaciones Públicas:

Para poder dar a conocer mejor la revista y que se pueda distribuir, se plantea la realización de un panel/foro, donde hablen los analistas, de temas coyunturales importantes. Esto se haría con la presentación de la revista impresa, de manera trimestral, para que las personas adquieran el nuevo ejemplar.



Objetivos del Plan de Comunicación	Estrategia	Plan de Medios
Realizar campaña de Ambiente, así como involucrar a los empleados en la institución.	Fortalecer la comunicación externa en la divulgación de la revista "Análisis de la Realidad Nacional".	Plan de Comunicación interna

Acciones de Comunicación interna:

Hacer una campaña interna donde se pueda ayudar a los empleados del instituto a cuidar el ambiente, así como hacerlos parte de este, por medio del diseño de souvenirs.



Apartado Especial - Acciones de Comunicación

Estos planes de acción, se tiene previstos a realizarse a futuro:

Acción de comunicación Interna:

- Un punto sobre las debilidades de la revista, es la entrega a destiempo de los análisis para ser publicados. Para poder solucionar este problema, se propone hacer una estrategia de concientización dentro de la institución, en el departamento de relaciones públicas, donde trabajan los analistas. Esta estrategia consistirá en un requerimiento, donde contendrá ente algunas cosas: políticas de la empresa, acciones, así como la importancia de la puntualidad.
- Actualizar el “Manual de Estilo”; tanto de fondo como de forma.
- Mediante la base de datos que se tiene, invitar a ser colaboradores con ensayos, que serán publicados.

Acción de Comunicación Externa:

- Para alcanzar nuevos grupos objetivos, se cree conveniente la realización de cuñas radiales para dar a conocer la revista, así como los días que hayan actividades como: foros o la adquisición de la revista.
- La realización de una manta vinílica, donde tendrá la información de la revista, así como de la institución, colocada estratégicamente en el Estadio Revolución de la Universidad de San Carlos; esto con motivo que los canales nacionales pueden enfocar la manda y el mensaje llegue a un nuevo grupo objetivo.
- Convocar a estudiantes del área de deportes de Bienestar Estudiantil, para presentarles la revista; ya que son líderes y estudiantes destacados.
- Llegar a los clubes de lectura, y hacer presentaciones de la revista, tanto en biblioteca del campus central, como en las sedes regionales (averiguar si existen).
- Hacer e imprimir separadores para el personal y la comunidad estudiantil (20,000 unidades), esto con motivo del Aniversario del Instituto (15 de Julio). Esta actividad, podría cambiar cada año, y este podría ser otro método que podría resultar a gran escala, para llegar a toda la comunidad estudiantil de la Universidad de San Carlos.

CAPÍTULO III

3. INFORME DE EJECUCIÓN

3.1. PROYECTO DESARROLLADO

"ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN PARA LA REVISTA "ANÁLISIS DE LA REALIDAD NACIONAL" DEL INSTITUTO DE PROBLEMAS NACIONALES DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS –IPNUSAC-"

3.1.1. Financiamiento

El financiamiento para la elaboración del plan de comunicación, corrió en su totalidad, por el Instituto Nacional de Problemas de la Universidad de San Carlos - IPNUSAC-

3.1.2. Presupuesto

Descripción	Material	Unidad	Coste	Total Real
Diseño	Banner para Revista	1	Q200	No impreso
	Paquete de diseño para Foro	7	Q75 c/u	Q525
	Publicación de la revista en fb y twitter		Q750	No cobrado
	* Campaña Interna de ambiente	16 1 contac	Q100 Q13.50	Q113.50
	Diseño de Souvenirs	11	Q35 c/u Q385	
	Impresiones a color y blanco y negro	67		Q101.50
Documentos y oficina	Viáticos	Q231		
	Comida	Q12/día	Q660	
			Q3,000	
	Total deseado		Q5,658.50	
Gastos en E.P.S.				
Asesoría comunicacional				
			Total Real	Q740

El presupuesto total del Plan comunicacional tuvo un costo para el instituto de Q740; en el caso del primer banner, solo se cotizo por la realización de este, por falta de recursos no se pudo imprimir, pero se tiene la idea que en un futuro, el instituto si pueda imprimirlo con este diseño.

No se cobró lo de Facebook y twitter, por ser plataformas manejadas fuera de la institución y tienen otro tipo de pago con el encargado.

En el caso de la “Campaña de Ambiente”, aunque también agregada en el presupuesto, no tuvo que ver con el plan de comunicación, pero al ser solicitada, se llevó a cabo; al igual que los souvenirs, ya que si en una oportunidad dada, se puede llegar a tener el presupuesto en el instituto, se puede llegar a hacer.

En cuanto a los viáticos que están presupuestados, se agregó, ya que también cuentan como gastos hechos como parte del E.P.S.

3.1.3. Beneficiarios

Al enfocarse en el grupo objetivo deseado, este se dividirá en dos: Individuos con formación Universitaria: estudiantes de la Universidad de San Carlos de Guatemala, e individuos con vocación universitaria: Académicos. Esta segmentación es en base al público externo.

	Formación Universitaria	Vocación Universitaria
Edad	19 a 26 años	30 a 50 años
Género	Ambos géneros	Ambos géneros
Clase Social	Media (B,C+)	Alta (B, B+)
Medios de Comunicación	Radio, televisión, redes sociales, revistas, internet	Radio, periódico, redes sociales, revistas, correo electrónico, internet y sitios web.
Ocupación	Estudiante/trabajador	Título universitario/trabajador
Idioma	Español/Ingles	Español/Ingles
Zona Geográfica	Ciudad de Guatemala	Ciudad de Guatemala

3.1.4. Recursos humanos

Personal	Puesto	Actividad
Rina Monroy	Profesional de R.R.P.P. y manejo de información	Asesoría en todo el proceso del foro (tanto como artes de diseño, así como guión para locución de foro, cartas para panelistas, contactos)/Autorización para la realización del foro
Jacqueline Rodríguez	Estadígrafa	Recibimiento y bienvenida de a los panelistas del foro/ asesoría en documentación
María de los Ángeles de Tejada	Oficinista II	Recibimiento y bienvenida de a los panelistas e invitados del foro
Diana Herrera	Personal Administrativa Financiera	Autorización de artes y presupuesto para actividad de foro.
Jazmín Díaz	Oficinista I	Asesoría de documentos importantes, e impresiones
Yony Colindres	Mensajero II	Transporte para impresiones de afiches
Vilma Peláez	Secretaria III	Asesoría de documentos importantes para foro/Cartas de autorización

Se pudo observar, que las personas que ayudaron de alguna u otra forma para la realización del foro, lo hicieron sin sentir presión por algún alto mando. Gracias a este equipo de trabajo, se pudo realizar de la mejor manera el plan establecido.

3.1.5. Áreas Geográficas de Acción

Edificio S11, oficina 100 y 103. Ciudad Universitaria, zona 12, Ciudad de Guatemala.
Biblioteca Central, Ciudad Universitaria, Zona 12.

3.2. ESTRATEGIA Y ACCIONES DESARROLLADAS

En esta etapa, se empezó a implementar, paso a paso la realización del plan de comunicación para el instituto.

3.2.1. Estrategias Desarrolladas Estrategia 01

Estrategia
Fortalecer la comunicación externa en la divulgación de la revista “Análisis de la Realidad Nacional”.

El IPNUSAC tiene actualmente una posición dentro de medios por sus analistas, pero esto no se aplica para la divulgación de la revista; con esto se trata de divulgar en otros medios de comunicación la existencia de la revista:

- ✓ El foro, hizo que se acercaran estudiantes de la universidad de San Carlos.
- ✓ El uso de la tecnología siempre es importante para que una revista se pueda desarrollar y poder llegar a un grupo objetivo más amplio. Hacer publicaciones eventuales sobre el contenido de la misma en la página, hace que las personas estén más pendiente. El uso de e-mail marketing también es efectivo.

Estrategia 02

Estrategia
Comunicación Interna en los empleados de IPNUSAC

La estrategia consistió en crear una campaña ambiental, así como uno de promoción (como lo son los souvenirs) dentro de la institución. Esto ayudó a los empleados en muchas áreas:

- ✓ En la campaña ambiental: poder ahorrar recursos materiales como ayudar al ambiente con pasos básicos como indicadores de basura, hasta ahorro de energía.

En la campaña promocional, fomentar a los empleados la unión con el instituto y hacerlos parte de este.

3.2.2. Acciones Desarrolladas

Acción 01

Estrategia	Acciones
Fortalecer la comunicación externa en la divulgación de la revista “Análisis de la Realidad Nacional”.	Afiche para la Revista

Para poder enfocarse en la distribución y llegar al grupo objetivo deseado, se diseñó un banner.

El motivo del banner, es dar a conocer la revista, dentro de la universidad; y este contiene información base, tal como: en qué lugar se puede adquirir la revista, en qué páginas está disponible la revista digital, así como un espacio removible, para poder poner cada cierto tiempo, la fecha de los panel/foros que se manejaran cada trimestre y que el grupo objetivo llegue.

Banner Final



Fuente: Brenda Mejía Fecha: 05/06/2015

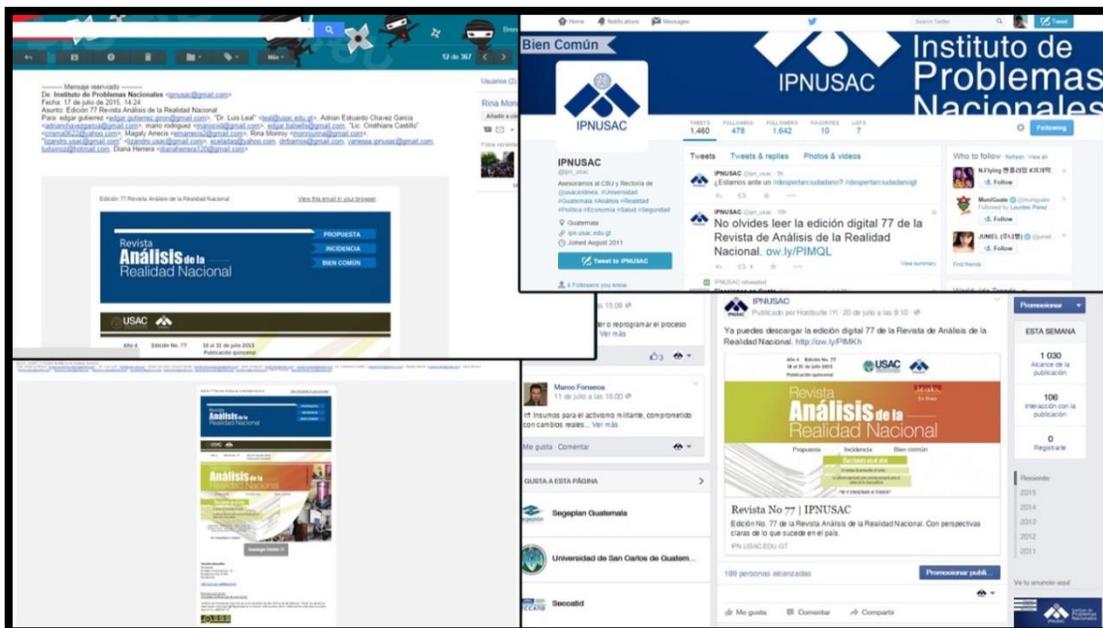
Acción 02

Estrategia	Acción
Fortalecer la comunicación externa en la divulgación de la revista “Análisis de la Realidad Nacional”.	Divulgación en Redes Sociales

Aquí se da más impulso a la revista, por medio de redes sociales, tales como: Facebook, twitter y correo electrónico (con la base de datos ya establecida). Se llega al grupo objetivo para que este informado tanto por el hecho de que ya está disponible la revista digital que sale cada quince días, así como cuando esté disponible la versión impresa, cada tres meses.

Para poder impulsarlo, se actualizan las redes sociales, colocando el link de la revista digital, y en cuanto a la revista impresa, también el link de la revista digital y adicional, la fecha y lugares donde estará disponible. En cuanto al correo, es un e-mail marketing¹², donde contiene información útil y básica sobre la revista.

Redes sociales y correo electrónico



Fuente: Brenda Mejía Fecha: 17/07/2015

¹² (e-marketing, 2015)

Acción 03

Estrategia	Acción
Fortalecer la comunicación externa en la divulgación de la revista “Análisis de la Realidad Nacional”.	Panel/Foro

Este va dirigido para tocar un tema en específico, para discusión, pero también para poder dar a conocer mejor la revista y que se pueda distribuir, se planificó la realización de un panel/foro, donde los analistas expusieron el tema: “Riesgos de Violencia Política e Ingovernabilidad”.

Invitación del evento



El Instituto de Problemas Nacionales de la Universidad de San Carlos de Guatemala
IPNUSAC

En el marco de su VI Aniversario
Tiene el gusto de invitarle al Foro:

“Riesgos de Violencia política e ingovernabilidad”

Fecha:	Hora:	Lugar:
8 de Julio, 2015	15:00 a 17:00 hrs	Biblioteca Central, 4to. nivel, salón 1 USAC







“ID Y ENSEÑAD A TODOS”

Fuente: Brenda Mejía Fecha: 25/06/2015

Banner Para Facebook



En el marco de VI Aniversario de IPNUSAC, tiene el gusto de invitarle al Foro:

“Riesgos de Violencia Política e Ingovernabilidad”

Panelistas Invitados Mariano González Docente Escuela de Psicología USAC Rocío Salazar Estudiante de Ciencias Jurídicas y Sociales USAC	Luis Orellana Representante ante el CSU Facultad de Agronomía Tommy Morales Estudiante de Arquitectura USAC es Pueblo	Fecha: 8 de Julio, 2015	Hora: 15:00 a 17:00 hrs	Lugar: Biblioteca Central, 4to. nivel, salón 1 USAC
--	--	-----------------------------------	-----------------------------------	---






“ID Y ENSEÑAD A TODOS”

Fuente: Brenda Mejía Fecha: 29/06/2015

Agenda de Foro

Agenda

Foro: Riesgos de Violencia Política e Ingovernabilidad

15:00 **Palabras de Bienvenida**

Foro: Riesgos de Violencia Política e Ingovernabilidad
(Brenda Mejía) (5 min)

Reglas del Foro

- Los panelistas tendrán que hablar del tema y su punto de vista en un estimado de 10 minutos cada uno.
- Después de cada exposición, los panelistas discutirán el tema en cuestión
- El público hará preguntas, las cuales los panelistas tendrán que responder

Presentación de Panelistas

Foro: Riesgos de Violencia Política e Ingovernabilidad
Mariano González, Docente Escuela de Psicología USAC
Tommy Morales, Estudiante de Arquitectura. USAC es Pueblo.
Rocío Salazar, Estudiante del 8vo Semestre Ciencias Jurídicas y Sociales USAC
Luis Roberto Orellana López, Representante Estudiantil ante el CSU Facultad de Agronomía

Exposición de Puntos de Vista (40 min)

Discusión del tema (20 min)

Preguntas hechas por el público presente/Respuesta de Panelistas (20 min)

Conclusiones del Foro, Lic Edgar Celada (5 min)

Reseña de Revista "Análisis de la Realidad Nacional"

Comité Editorial (15 min)

Entrega de Reconocimientos a los Panelistas (Diplomas por participación)

Cierre

17:00 **Refrigerio**

Fuente: Brenda Mejía Fecha: 06/07/2015

Programa de Foro

Programa

Foro: Riesgos de Violencia Política e Ingovernabilidad

15:00 **Palabras de Bienvenida**

Presentación del tema

Foro: Riesgos de Violencia Política e Ingovernabilidad
M.A. Mariano González, Docente Escuela de Psicología USAC.
Tommy Morales, Estudiante de Arquitectura. USAC es Pueblo.
Rocío Salazar, Estudiante del 8vo Semestre Ciencias Jurídicas y Sociales USAC.
Luis Roberto Orellana López, Representante Estudiantil ante el CSU Facultad de Agronomía.

Preguntas

Lic. Edgar Celada

Aportes Académicos del Foro.

Reseña de Revista "Análisis de la Realidad Nacional"

Comité Editorial

Entrega de Reconocimientos a Panelistas

Cierre

17:00 **Refrigerio**

Fuente: Brenda Mejía Fecha: 06/07/2015

Reconocimiento para los Participantes



El Instituto de Problemas Nacionales de la
Universidad de San Carlos de Guatemala
IPNUSAC

En el marco de su VI Aniversario,
entrega el presente diploma a:

Por su valiosa participación en el Foro:
"Riesgos de Violencia política e Ingovernabilidad".

Edgar Gutiérrez
Coordinador General
IPNUSAC

Rina Morrey
Editora Revista "Análisis de la Realidad Nacional"
y comunicadora IPNUSAC

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"



El Instituto de Problemas Nacionales de la
Universidad de San Carlos de Guatemala
IPNUSAC

En el marco de su VI Aniversario,
entrega el presente diploma a:

Por su valiosa participación en el Foro:
"Riesgos de Violencia política e Ingovernabilidad".

Edgar Gutiérrez
Coordinador General
IPNUSAC

Rina Morrey
Editora Revista "Análisis de la Realidad Nacional"
y comunicadora IPNUSAC

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"

Fuente: Brenda Mejía Fecha: 06/07/2015

Diploma para los Panelistas



El Instituto de Problemas Nacionales de la
Universidad de San Carlos de Guatemala
IPNUSAC

En el marco de su VI Aniversario
Entrega el presente

Reconocimiento
A: Tommy Morales

Por su valiosa colaboración, participación y aportación
en el foro "Riesgos de Violencia política e Ingovernabilidad".

Edgar Gutiérrez
Coordinador General
IPNUSAC

Rina Morrey
Editora Revista "Análisis de la Realidad Nacional"
y comunicadora IPNUSAC

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"



El Instituto de Problemas Nacionales de la
Universidad de San Carlos de Guatemala
IPNUSAC

En el marco de su VI Aniversario
Entrega el presente

Reconocimiento
A: Mariano González

Por su valiosa colaboración, participación y aportación
en el foro "Riesgos de Violencia política e Ingovernabilidad".

Edgar Gutiérrez
Coordinador General
IPNUSAC

Rina Morrey
Editora Revista "Análisis de la Realidad Nacional"
y comunicadora IPNUSAC

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"



El Instituto de Problemas Nacionales de la
Universidad de San Carlos de Guatemala
IPNUSAC

En el marco de su VI Aniversario
Entrega el presente

Reconocimiento
A: Rocío Salazar

Por su valiosa colaboración, participación y aportación
en el foro "Riesgos de Violencia política e Ingovernabilidad".

Edgar Gutiérrez
Coordinador General
IPNUSAC

Rina Morrey
Editora Revista "Análisis de la Realidad Nacional"
y comunicadora IPNUSAC

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"



El Instituto de Problemas Nacionales de la
Universidad de San Carlos de Guatemala
IPNUSAC

En el marco de su VI Aniversario
Entrega el presente

Reconocimiento
A: Edgar Celada

Por su valiosa colaboración, participación y aportación
en el foro "Riesgos de Violencia política e Ingovernabilidad".

Edgar Gutiérrez
Coordinador General
IPNUSAC

Rina Morrey
Editora Revista "Análisis de la Realidad Nacional"
y comunicadora IPNUSAC

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"



El Instituto de Problemas Nacionales de la
Universidad de San Carlos de Guatemala
IPNUSAC

En el marco de su VI Aniversario
Entrega el presente

Reconocimiento
A: Roberto Orellana

Por su valiosa colaboración, participación y aportación
en el foro "Riesgos de Violencia política e Ingovernabilidad".

Edgar Gutiérrez
Coordinador General
IPNUSAC

Rina Morrey
Editora Revista "Análisis de la Realidad Nacional"
y comunicadora IPNUSAC

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"

Fuente: Brenda Mejía Fecha: 06/07/2015

Mesa multiusos: Paquete de IPNUSAC, impresión de reconocimientos e información



Fuente: Brenda Mejía Fecha: 08/07/2015 Asistentes: María de los Ángeles de Tejada y Jacqueline Rodríguez.

Conducción de Evento



Fuente: Sergio Saldaña Fecha: 08/07/2015 Asistente: Brenda Mejía

Panelistas



Fuente: Sergio Saldaña Fecha: 08/07/2015 Asistentes/Panelistas: Lic. Edgar Celada, M.A. Mariano González, Rocío Salazar, Luis Orellana y Tommy Morales

Asistentes al Evento



Fuente: Brenda Mejía Fecha: 08/07/2015 Asistentes: María de los Ángeles de Tejada y Jacqueline Rodríguez.

Publicación en revista digital No. 77 “Análisis de la Realidad Nacional” sobre el Foro que se efectuó

Año 4 - Edición 77 - Julio/ 2015

Revista
Análisis de la
Realidad Nacional

111

Actualidad

Foro "Riesgos de Violencia Política e Ingovernabilidad"

Brenda Mejía y Sergio Saldaña
Estudiantes EPS en IPNUSAC
Escuela de Ciencias de la Comunicación

En el marco de las actividades conmemorativas por el VI aniversario del Instituto de Problemas Nacionales de la Universidad de San Carlos (IPNUSAC), el pasado 8 de julio se llevó

en el catálogo del sistema regional de Información en línea para Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal, del Centro de Acopio Latindex-Guatemala.

Dejo un espacio para invitar a los estudiantes y profesionales a escribir artículos, ensayos o ponencias y enviar los materiales a: ipnusac@gmail.com

gráfico, la producción de vídeos y un banco de fotografías, la elaboración de mensajes clave y retroalimentación de las cuentas digitales del Instituto.

Monroy expresó que los resultados de los epesistas fueron evaluados satisfactoriamente, lo cual demuestra que el esfuerzo y la dedicación de los futuros profesionales complementan el proceso educativo impulsado por la ECC-USAC



Brenda Mejía, estudiante de EPS presenta aspectos relevantes de la situación política actual y posibles



Panelistas: Edgar Celada, Mariano González, Rocio Salazar, Roberto Orellana y Tommy Morales.
Foto: Sergio Saldaña

Fuente: IPNUSAC Fecha: 16/07/2015

Información de página: <http://ipn.usac.edu.gt/> Sección: Actualidad Edición: 77

Acción 04

Estrategia	Acciones
Comunicación Interna en los empleados de IPNUSAC	Campaña de Ambiente de ahorro de Recursos

Objetivos

General

Crear conciencia ambiental y de ahorro entre todos los trabajadores del Instituto de Problemas de la Universidad de San Carlos.

Específico

- ✓ Reforzar conocimientos previos tanto de ambiente como de ahorro de recursos dentro del instituto.
- ✓ Hacer la campaña, para que los empleados puedan realizar de mejor manera las acciones ambientales.
- ✓ Cuidar recursos internos.

Mensajes Clave

Ambiente, conservación del planeta, ahorro de recursos, reutilización, limpieza.

Propósito

Dosificar recursos para mejorar la productividad y dejar una menor huella de carbono. Con esto se puede se puede ayudar al ambiente, además de ahorrar recursos valiosos.

Artes de Campaña

Conciencia Ambiental



Fuente: Brenda Mejía Fecha: 15/07/2015

Esto se colocó en los lugares donde los empleados toman: papel mayordomo, y papel para secarse las manos.

Cuidado de la Electricidad



Fuente: Brenda Mejía Fecha: 15/07/2015

Fue colocado en todos los switches de luz, para recordar cuando se tenga que apagar alguna luz que no esté siendo de utilidad.

Basureros



Fuente: Brenda Mejía Fecha: 15/07/2015

Se colocó en los basureros.

Afiche para Cocina

Uso Adecuado del Comedor

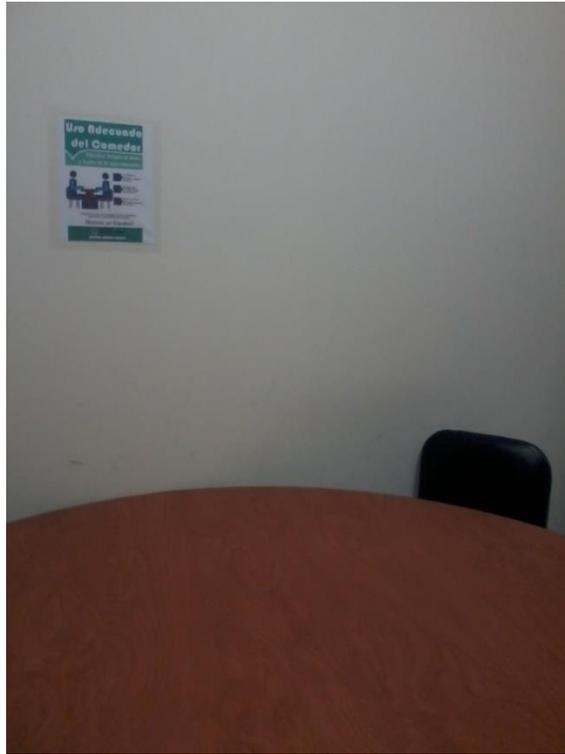
Manten limpia el área y todos te lo agradecerán

- Al utilizar el **horno**, dejalo cerrado.
- Ordenar las sillas, antes de retirarse.
- Dejar la mesa **limpia** después de comer.

Intentemos que el comedor sea un momento tranquilo y agradable para todos.

¡Somos un Equipo!

USAC TRICENTENARIA
IPNUSAC
Propuesta Incidencia Bien Común
"ID Y ENSEÑAR A TODOS"



Fuente: Brenda Mejía Fecha: 15/07/2015

El afiche colocado en el área de comedor, como un recordatorio para que los empleados pongan en práctica pequeñas y sencillas reglas a la hora de refaccionar o tomar el almuerzo; ya que el pequeño comedor muchas veces es usado como sala de reuniones.

Acción 02

Estrategia	Acciones
Comunicación Interna en los empleados de IPNUSAC	Campaña de limpieza de baños en el s11

Objetivos

General

Crear conciencia sobre la limpieza de los baños, así como del ahorro de recursos, en el edificio s11.

Específico

- ✓ Reforzar conocimientos previos de limpieza.
- ✓ Hacer conciencia sobre el cuidado de los baños.

Mensajes Clave

Ambiente, ahorro de recursos, limpieza.

Propósito

Reforzar el conocimiento previo que tienen los estudiantes y trabajadores del s11, sobre el cuidado y mantenimiento de los baños usados en ese lugar.

Sobre el arte

Consiste en reforzar con imágenes y textos la idea central de la limpieza de los baños, con el título: "Sé responsable..." seguido por los subtítulos: "No desperdicies el jabón y el agua", "coloca la basura en su lugar" y "No olvides bajar la tapa del inodoro" acompañada cada frase por una imagen en 2D y la imagen completa del baño. El afiche concluye con las palabras "¡cuidemos nuestras instalaciones!" haciendo referencia a que a todos nos pertenecen, pero debemos ser responsables al cuidado de lo que se nos da.

Al final del afiche aparecen los logos de la USAC y del IPNUSAC, así como el slogan del Instituto "Propuesta, incidencia y Bien común", así como el de la USAC "Id y enseñad a todos".

Afiche para los baños



Fuente: Brenda Mejía Fecha: 26/05/2015

Acción 03

Estrategia	Acciones
Comunicación Interna en los empleados de IPNUSAC	Souvenirs para la institución

Objetivos

General

Fortalecer la identidad de los empleados con el instituto; haciéndolos parte importante de este.

Específico

- ✓ Crear una nueva imagen con los souvenirs para el instituto.
- ✓ Hacer la campaña, para que los empleados utilicen el material del instituto.
- ✓ Establecer vínculos con los empleados.

Mensajes Clave

Souvenirs, compañerismo, inclusión, vínculos, empleados, instituto.

Propósito

Inclusión de los empleados con el instituto; aunque actualmente se tiene, se utiliza otro tipo de materiales así como la creación de una nueva imagen.

Artes de Campaña

Camisas



Fuente: Brenda Mejía Fecha: 13/07/2015

Chumpas



Fuente: Brenda Mejía Fecha: 13/07/2015

Estuches



Fuente: Brenda Mejía Fecha: 13/07/2015

Folder



Fuente: Brenda Mejía Fecha: 13/07/2015

Gorras



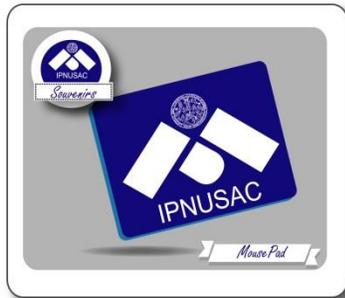
Fuente: Brenda Mejía Fecha: 13/07/2015

Lapiceros



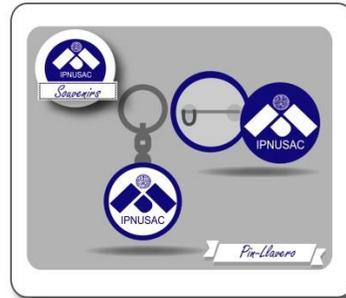
Fuente: Brenda Mejía Fecha: 13/07/2015

MousePad



Fuente: Brenda Mejía Fecha: 13/07/2015

Pin/Llavero



Fuente: Brenda Mejía Fecha: 13/07/2015

Sombrilla



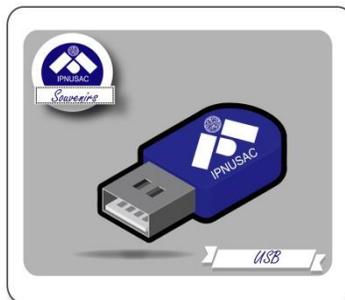
Fuente: Brenda Mejía Fecha: 13/07/2015

Taza



Fuente: Brenda Mejía Fecha: 13/07/2015

USB



Fuente: Brenda Mejía Fecha: 13/07/2015

3.3. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

1. CRONOGRAMA

Meses	MAY O				JUNI O				JULIO		
No. De Semana	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Activiades											
Diseño de banner promocional	■	■									
Diseño de imagen para e-marketing			■	■							
Planeación de Foro					■						
Diseño de Artes para Foro						■					
Actualizar Redes Sociales (Foro)							■	■			
Envio de correos a base de datos y panelistas									■		
Panel Foro										■	
Evaluación de Plan										■	
Plan de medios interno											■

El cronograma de actividades dentro de la institución, fue cambiante por las fechas y actividades dentro del instituto. Afortunadamente todo el plan se pudo realizar y hubo tiempo para poder realizar un plan interno, extra a lo que se había planeado.

3.4. CONTROL Y SEGUIMIENTO (EVALUACIÓN)

La evaluación de proyectos es un proceso por el cual se determina el establecimiento de cambios generados por un proyecto a partir de la comparación entre el estado actual y el estado previsto en su planificación.¹³

La evaluación, aquí sirve para dar a conocer los objetivos alcanzados en el proyecto de las siguientes maneras:

3.4.1 Plan de medios externos

3.4.1.1 Distribución de revista:

La evaluación de la revista, se midió en el lugar donde se repartieron las revistas:

Observar y tomar fotografías

Se utilizó la observación, para poder ver más a detalle como las personas adquieren la revista. Se logró hacer abierta para poder estar en contacto con aquellos que adquirieran la revista, así como observar los medios por los cuales las personas adquieren la revista.

La aceptación, a pesar de no ser muy popular dentro de la universidad de San Carlos, es muy alta. Las personas preguntan frecuentemente cuando está disponible la versión impresa, ya que gusta el hecho de tenerla física, más que la que pueden encontrar en la sitio web.

La mejor manera para que la revista llegue a el grupo objetivo, es haciendo eventos regulares.¹⁴



Fuente: Sergio Saldaña 06/08/2015

¹³ (Serrano, 1999)

¹⁴ Anexos: Fotografías de Evento “Despertar Ciudadano”

Colocación de Muestras de las Revistas en mesa especial, para que las personas vean y pidan una.

3.4.2 Plan de Relaciones Públicas

3.4.2.1 Panel/Foro

Por ser un evento abierto al público, pueden realizarse diferentes tipos de evaluación:

Observar al público y tomar fotografías para ver el foco de interés, en los participantes sobre el tema.

La mayoría de personas se mostró interesada en el panel/foro; siempre y cuando se puedan hacer de manera seguida.



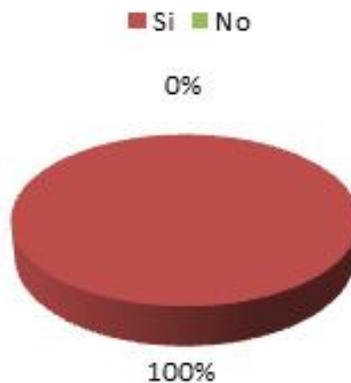
Fuente: Brenda Mejía Fecha: 08/07/2015

3.4.3. Cuestionario para saber el nivel de aceptación del público.

El cuestionario ayudó a conocer puntos clave para la distribución de revista. Las preguntas apuntan a responder puntos claves que pueden ayudar a poder mejorar la distribución de la revista.¹⁵

3.4.3.1 Vaciado de Cuestionarios

1. ¿Está satisfecho con el contenido presentado en este foro?



Fuente: Brenda Mejía – 09/09/2015

El cuestionario, se realizó con las personas presentes, siendo así un total de 15. Al analizar esta estadística, nos muestra que las personas les gusto lo presentado, aun así no se acercaron muchas personas a presenciar el foro, viendo así el poco interés que se le tienen a ciertos temas.

¹⁵ Anexo: Cuestionario de Panel/foro

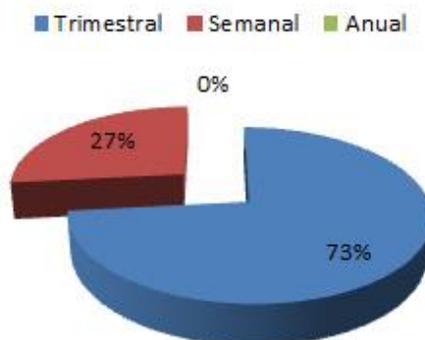
2. ¿Le gustaría que se hicieran más actividades así?



Fuente: Brenda Mejía – 09/09/2015

La aceptación por parte de los participantes fue muy buena, y sí aceptaron el hecho de que si IPNUSAC realizará otro panel/foro, si asistirían.

3. Cada cuánto le gustaría que se hiciera esta actividad



Fuente: Brenda Mejía – 09/09/2015

Se puede observar, el interés que se tiene para la realización de eventos así, donde el público también puede interactuar con los panelistas. El interés de las personas para que se haga un panel/foro es de 73% de las personas, mientras que un 27% quisiera que fuera semanal, aunque esto es un poco difícil por los recursos.

4. Ha escuchado de IPNUSAC



Fuente: Brenda Mejía – 09/09/2015

En esta gráfica se puede ver, casi un empate entre personas que conocen y desconocen IPNUSAC, entonces esto hace pensar que el motivo que pocas personas hayan participado en el panel/foro, fue su desconocimiento, y solo llegaron por invitación de los panelistas o de algunos trabajadores del instituto.

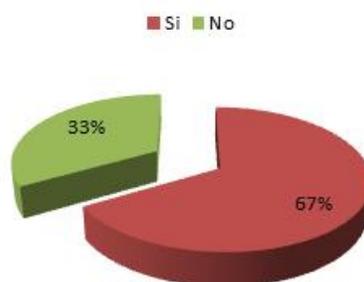
5. En dónde



Fuente: Brenda Mejía – 09/09/2015

Esta pregunta fue válida para el 47% de las personas que sí conocían IPNUSAC, y como esta pregunta es de respuesta múltiple, queda de la siguiente manera, colocando a Medios de Comunicación en un 29%, esto quiere decir que sí están atentas las personas de diferentes medios donde salen los analistas exponiendo temas de interés. Empates quedaron con 24% la revista, entonces se debe de tener más impulso de esta, para su distribución. La WEB quedó en un 23%, quizá comprando espacios en Facebook para lograr los objetivos deseados.

6. Conoce la revista "Análisis de la Realidad Nacional"



Fuente: Brenda Mejía – 09/09/2015

Del 47% de las personas que han escuchado de IPNUSAC, el 67% tiene conocimiento de la revista, y un 33% la desconoce.

Para poder llegar a nuestro grupo objetivo, hay que impulsar más actividades interactivas, para que las personas lleguen y conozcan la revista, así como al instituto. Hacer un gran evento cada seis meses, puede llegar a cumplir expectativas de poder llegar a ampliar el grupo objetivo. Un evento dentro de la universidad de San Carlos con más planificación, así como con más recursos podría llegar a ser un éxito para que más estudiantes se acerquen y se pueda también agregar más personas a la base de datos existente y llegue la revista también de manera electrónica.

Hacer un evento trimestral solo con temas del instituto, también puede impulsar la revista.

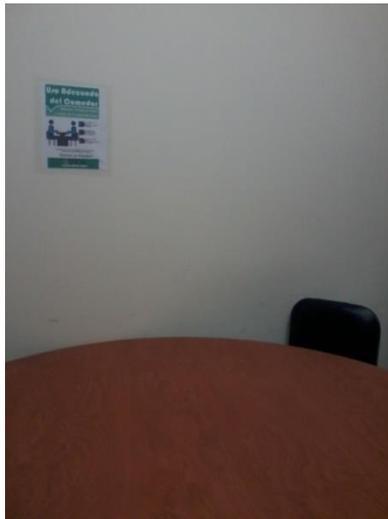
Hay un fuerte potencial en otros eventos relacionados con el instituto para que se pueda llevar la revista y no se pierda a oportunidad para que se pueda dar a conocer, incluso si los recursos son algo limitados.

3.4.4. Plan de Medios Interno

Observar y tomar fotografías



Fuente: Brenda Mejía Fecha: 29/09/2015



Fuente: Brenda Mejía Fecha: 29/09/2015

La campaña interna fue un éxito, ya que aún se observan los materiales colocados en los respectivos lugares. Los empleados ven con entusiasmo esta campaña y ahora sí hacen lo que los afiches dicen. Todos los materiales fueron revisados y corregidos tanto por la licenciada Rina Monroy, como la licenciada Diana Herrera.

*Como último punto, se sugirió a la Licenciada Diana Herrera, Administradora Financiera, que se realizará una salida como grupo de trabajo para que se pudieran conocer más a las personas que trabajan en el instituto y se traten de crear más lazos de unidad.

CONCLUSIONES

Contando desde el inicio de la investigación de este proyecto, hasta el último trabajo se pudieron llevar a cabo. Se pudo constatar que la revista desde el momento que ha salido a la luz cada tres meses, ha tenido una aceptación aceptable, a pesar que las personas dentro de la Universidad de San Carlos desconozcan su existencia. El apoyo incondicional sobre el proyecto, fue bueno; ya que se tuvo siempre la disponibilidad tanto de tiempo como de recursos para poder llevar a cabo los objetivos trazados, esto facilitando: tiempo, recurso del personal, recursos económicos.

Llegar al grupo objetivo deseado, puede tardar un poco más de lo pensado, ya que hay que crear formas más dinámicas, en cuanto a los estudiantes.

Para analistas, se puede ver que se maneja de la mejor manera la información y la revista sirve como una guía de estudio para ciertas facultades y escuelas de la Universidad.

Para la campaña interna, trata arreglando espacios de trabajo, hace que la producción de este sea más efectiva; en este caso con la campaña de ambiente, así como los souvenirs; haciéndolos parte de la institución.

Llegar a las personas siempre será un tema para discutir, ya que siempre hay que innovar para llegar a los grupos objetivos. La comunicación siempre está en constante movimiento, y eso implica investigar y utilizar esas formas.

RECOMENDACIONES

Al poder ver que el proyecto se llevó a cabo, se pudieron deducir una serie de recomendaciones para la institución, tanto para la revista, como para la comunicación interna:

La búsqueda de más recursos para que se pueda distribuir en más lugares, por ejemplo en los departamentos, así como para distribuirla dentro de la universidad.

Realizar dos eventos semestrales grandes, para que se pueda llegar a el grupo objetivo deseado; se ha constatado que estos eventos atraen a los estudiantes, así como a medios de comunicación. Si se logra hacer, podría llegar la revista más lejos.

Hacer eventos trimestrales, con temas de interés nacional, donde se realicen dentro de la universidad de San Carlos, y hacer una llamado para que lleguen estudiantes de cualquier sector académico a participar.

Aprovechar la radio de la Universidad, así como toda la comunicación que se pueda, dentro de la USAC para que la población se entere de la existencia de la revista, como en: volantes, anuncios televisivos en unidades académicas, entre otros.

En tanto a la comunicación dentro del instituto, hacer una reunión fuera de las instalaciones, para que las personas puedan convivir y crezcan los lazos de unidad.

GLOSARIO DE TÉRMINOS

Afiche lámina de papel que se exhibe

Banner Formato publicitario

Comunicación Externa La empresa y su entorno.

Comunicación Interna La comunicación interna es la comunicación dirigida al cliente interno, es decir, al trabajador.

Diagnóstico Arte o acto de conocer la naturaleza de una hecho mediante la observación de síntomas y signos.

Diseño Concepción original de un objeto u obra destinados a la producción en serie.

Documentación Documento o conjunto de documentos, preferentemente de carácter oficial, que sirven para la identificación personal o para documentar o acreditar algo.

Estrategia En un proceso regulable, conjunto de las reglas que aseguran una decisión óptima en cada momento.

e-mail marketing Mensaje directo comercial para un grupo de personas por medio de un e-mail.

Foro Reunión para discutir asuntos de interés actual ante un auditorio que a veces interviene en la discusión.

Panel Grupo de personas seleccionado para tratar en público un asunto.

Publicidad Divulgación de noticias o anuncios de carácter comercial para atraer a posibles compradores, espectadores, usuarios, etc.

Recopilación Colección de escritos diversos.

Razonamiento Serie de conceptos encaminados a demostrar algo o a persuadir o mover a oyentes o lectores.

souvenir Objeto que se compra como recuerdo

Trifoliar es una herramienta que además de producir un gran impacto visual, permite enumerar las ventajas, beneficios y detalles técnicos de un producto determinado o de un servicio a promocionar

BIBLIOGRAFÍA

- IPNUSAC.** (2014). Agenda Estratégica Comunicación. 3.
- IPNUSAC.** (2014). Contra Portada. *Análisis de la Realidad Nacional*, 2.
- IPNUSAC.** (2014). Manual de Estilo. *Análisis de la Realidad Nacional*, 38.

E-GRAFÍA

- EDUCATIVA. (2015). *e-educativa*. Recuperado el 20 de 02 de 2015, de http://e-educativa.catedu.es/44700165/aula/archivos/repositorio/1000/1248/html/41_el_metodo_inductivo_y_el_metodo_deductivo.html
- e-marketing, T. (2015). *TTP*. Recuperado el 25 de Abril de 2015, de Publicidad por correo electrónico: <http://www.tppemarketing.com/publicidad-por-correo-electronico.html>
- Ferrer, J. (2010). *metodologia02*. Recuperado el 20 de 02 de 2015, de <http://metodologia02.blogspot.com/p/metodos-de-la-investigacion.html>
- Ibáñez, J. (2015). *Wikipedia*. Recuperado el 20 de 02 de 2015, de http://es.wikipedia.org/wiki/Investigaci%C3%B3n_cualitativa
- IPNUSAC.** (2014). Agenda Estratégica Comunicación. 3.
- IPNUSAC.** (2014). Contra Portada. *Análisis de la Realidad Nacional*, 2.
- IPNUSAC.** (2014). Manual de Estilo. *Análisis de la Realidad Nacional*, 38.
- MUÑIZ, R. (2015). *La comunicación corporativa: imagen, relaciones públicas y responsabilidad social corporativa*. Recuperado el 25 de Abril de 2015, de Sitio web de Centro de Estudios Financieros: <http://www.marketing-xxi.com/la-comunicacion-corporativa%3A-imagen,-relaciones-publicas-y-responsabilidad-social-corporativa-89.htm>
- Serrano, P. (1999). *Wikipedia*. Recuperado el 19 de 8 de 2015, de https://es.wikipedia.org/wiki/Evaluaci%C3%B3n_de_proyectos#cite_note-PS-1

ANEXOS

Transcripción completa de las Entrevistas

Entrevista No. 1

Entrevistada: Licenciada Rina Monroy

Fecha: 23/02/2015

Duración de entrevista: 00:37:00 minutos

1. ¿En qué consiste la Revista “Análisis de la Realidad Nacional”?

Leer e interpretar, sobre la marcha, los procesos económicos, sociales y políticos nacionales y su entorno internacional, es una tarea compleja y delicada, pero indispensable. Esa es la misión que el Consejo Superior Universitario le dio al IPNUSAC.

2. ¿Cuál es el objetivo por el cual se realiza la revista tanto trimestral como quincenal?

Hablando de la quincenal se hizo un diagnóstico de las publicaciones de la universidad, y nos dimos cuenta que no había ninguna con una periodicidad quincenal, sino que eran mensuales, trimestrales o semestrales y a nosotros el Consejo Superior Universitario nos pide que les asesoremos con temas de actualidad, entonces se comenzó en el a hacer el instituto un análisis de coyuntura para dar respuesta a esta petición del CSU; la trimestral es una compilación de los análisis quincenales.

3. ¿Cuál es la situación actual de la revista?

La situación actual veo que es un referente de consulta, que si hemos cumplido con los estándares de calidad de la misma y que se han abierto más espacios de discusión porque nuestra revista no se ha quedado solo para nuestros propios lectores, sino que nuestros lectores la comparte y de ahí hay un análisis o una propuesta hacia la opinión pública y la sociedad en general.

4. ¿Cuáles son los canales de comunicación que usted conoce para la distribución de la revista?

La página electrónica, las redes sociales, la distribución por correos electrónicos masivos, la suscripción donde se tienen un banco de datos específico; en el periódico se realiza solo un análisis de coyuntura. Otro canal de comunicación es cuando hay foros o algún evento mandamos a distribuir la revista

5. Estos canales de comunicación para la distribución de la revista ¿son efectivos?

En el caso a nivel nacional sí. La impresa, se va físicamente a una base de datos, pero a nivel departamental, por cuestiones de recursos físicos y económicos no se entrega a tiempo o no llega. De un 50% es efectivo y el otro 50% la encargada se toma la tarea de decirlas. A nivel departamental todavía existe ese inconveniente.

6. ¿Cuál podría ser la mayor debilidad de la revista?

No hay un banco de datos. Una debilidad que en algún momento estamos casi a la entrega de la revista y un día antes estamos recolectando la información que va a ir plasmada en ese día, Quisiéramos que la revista tuviera más cantidad para ser distribuida. No hemos podido llegar a los estudiantes de uno a tercer año que es una de las metas del instituto, sino que llegamos más a la gente con alguna especialización y con algún análisis más denso de capacidad para poder tocar temas referentes al acontecer nacional.

7. ¿Cada cuánto se reúnen para discutir el estado de la revista?

Nos reunimos cada martes (por semana) o a veces cada quince días.

8. ¿Qué solución propondría para que la revista se pudiera difundir de la mejor manera?

Crear una red de voluntarios con personas que son asiduas de leer la revista; enviarles ejemplares de la revista o información de cuando ya está publicada la revista virtual, para que estas personas la distribuyan en sus contactos.

Entrevista No. 2

Entrevistada: Estadígrafa Jaqueline Rodríguez

Fecha: 24/02/2015

Duración de entrevista: 00:16:00 minutos

1 ¿En qué consiste la Revista “Análisis de la Realidad Nacional”?

Se publican artículos tanto de temas políticos, de ambiente, culturales, realmente no hay una limitante. Abarcamos cada una de las áreas del instituto. Su grupo objetivo es limitado, no todas las personas están con el hábito de leer y más que todo este tipo de temas, va a personas que manejen temas sociales.

2 ¿Cuál es el objetivo por el cual se realiza la revista tanto trimestral como quincenal?

Mantener al tanto a las personas

3 ¿Cuál es la situación actual de la revista?

Yo me he dado cuenta que cada vez, más personas conocen la revista y la piden y en algún momento piden más la impresa, prefieren tenerlo en el papel y consultarla o marcarla; aunque la impresa es la recopilación de la digital.

4 ¿Cuáles son los canales de comunicación que usted conoce para la distribución de la revista?

Digital, por internet se mandan correos electrónicos a una base de datos que se tiene, la revista impresa es distribuida en universidades, ministerios, instituciones, embajadas, dentro de la universidad se mandan a las direcciones, al Consejo Superior Universitario y hay personas que vienen a pedirla.

5 Estos canales de comunicación para la distribución de la revista ¿son efectivos?

Hasta el momento sí, aunque quizá podría haber otra forma, aunque una limitante es que no podemos mandar a reproducir más, por el presupuesto, lo que tenemos ahorita es suficiente para mandarla a distribuir

6 ¿Cuál podría ser la mayor debilidad de la revista?

La revista parece libro y no todos lo leería, más que todo por temas de interés (por sección) y lo demás lo van dejando. No se dan a conocer de otras maneras, porque si no saben de la existencia de la página, no la conocen; y si no están en la base de datos, tampoco saben, solo de “boca en boca”

7 ¿Cada cuánto se reúnen para discutir el estado de la revista?

Ya hay fechas, ellos coordinan por un cronograma y se acomodan los tiempos

8 ¿Qué solución propondría para que la revista se pudiera difundir de la mejor manera?

Ir dando a conocer la revista con publicidad, pero por lo mismo, el presupuesto, a la hora de imprimir un afiche se lleva bastante dinero y no tenemos el dinero para eso. Ya incluyendo lo gráfico si está complicado, ahorita es complicado, pero quizá a futuro. La verdad es una limitante lo del presupuesto, porque tenemos que ver qué hacemos con lo que tenemos.

Entrevista No. 3

Entrevistado: Doctor Edgar Gutiérrez

Fecha: 25/02/2015

Duración de entrevista: 00:15:00 minutos

1 ¿En qué consiste la Revista “Análisis de la Realidad Nacional”?

La estructura de la revista refleja su naturaleza: un análisis de coyuntura, que es la lectura sistemática de la evolución sociopolítica y económica del país; las áreas de trabajo del Instituto; los autores invitados; actividades del Instituto y de la USAC; rescate de la memoria histórica (legado) y propuestas para el debate.

2 ¿Cuál es el objetivo de que se realice la revista tanto trimestral como quincenal?

La revista digital, quincenal, es un espacio abierto de difusión profusa de ideas, criterios e información para un público amplio, nacional e internacional. Su objetivo es la continuidad, el ritmo y actualización del debate.

El formato impreso guarda, en nuestro medio, quizá por su materialidad, un cierto estatus y nosotros lo honramos seleccionando lo que consideramos los mejores trabajos publicados durante el trimestre.

3 ¿Cuál ve que es la situación actual de la revista?

Las consultas diarias a la revista en el sitio web se han duplicado en el último año, hasta alcanzar en la actualidad un promedio de 1,500 diarias.

Tenemos muchos retos todavía, como hacer más flexible y amable el sitio; organizar debates en torno a los temas que se propone en la versión impresa, y darle continuidad hasta trascender la generación actual del IPNUSAC que la ha promovido.

4 ¿Cuáles son los canales de comunicación que usted conoce para la distribución de la revista?

En internet se van generando redes, a partir de un directorio de envíos. Nos están leyendo y consultando en universidades y centros académicos de 91 países. La versión impresa la distribuimos directamente y a través de colaboradores en el interior del país, pero es un medio limitado. Lastimosamente no podemos distribuirla a través de las librerías, porque no encontramos una forma ágil de hacer canjes con las empresas.

5 Estos canales de comunicación para la distribución de la revista ¿son efectivos?

Internet, sí. En físico, logramos el objetivo básico, pero se puede hacer mucho más con los 2 mil ejemplares que tiramos.

6 ¿Cuál podría ser la mayor debilidad de la revista?

Necesita un equipo de tiempo completo, al menos un editor que vea todo el ciclo de la revista y que cuide mejor su presentación. También es una debilidad carecer de presupuesto para pagar los artículos y ensayos, eso nos permitiría planificar las ediciones y elevar la calidad. En cuanto a contenidos la parte más débil es la internacional.

7 ¿Cada cuánto se reúnen para discutir el estado de la revista?

En nuestras sesiones semanales habitualmente repasamos el estado de la revista, y hay un pequeño equipo de tres personas que están constantemente discutiendo y editando los contenidos. Hasta ahora no ha habido una evaluación sistemática ni global sobre contenidos, distribución, impactos etc.

8 ¿Qué solución propondría para que la revista se pudiera difundir de la mejor manera?

Conseguir un presupuesto permanente que, aparte del diseño, distribución e impresión, contemplara editor a tiempo completo y pago por contribuciones. Además una asesoría profesional para hacer más versátil e interactiva la página web.

Encuesta de Panel/Foro



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



Se le agradecería responder el siguiente cuestionario para el Ejercicio Profesional Supervisado, sobre este foro.

¿Está satisfecho con el contenido presentado en este foro?

Sí No

¿Le gustaría que se hicieran más actividades así?

Sí No

Cada cuánto le gustaría que se hiciera esta actividad

Trimestral Semestral Anual

Ha escuchado sobre el IPNUSAC

Si No

En dónde

WEB Redes Sociales Revista IPNUSAC Medios de comunicación

Conoce la Revista "Análisis de la Realidad Nacional"

Si No

Opinión: _____

Gracias por su participación

FOTOGRAFÍAS



Fuente: IPNUSAC 28/5/2015

Revisión de EPS por parte de la Licenciada Sandra Hernández



Fuente: Sergio Saldaña 6/8/2015

Evento “Despertar Ciudadano” hecho por IPNUSAC, donde se dio a conocer la nueva edición de la revista.