

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



**“PLAN DE COMUNICACIÓN EXTERNA PARA LA SECCIÓN SOCIOECONÓMICA DE LA  
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA”**

Informe final del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura

Presentado al Honorable Consejo Directivo por:

**JUAN JOSÉ CHANG MARROQUÍN**

**CARNÉ: 200619073**

Previo a portar el título de:

**LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

Guatemala, octubre de 2017

**Consejo Directivo:**

**Director:**

M.Sc. Sergio Vinicio Morataya García

**Representantes Docentes:**

M.A Gustavo Adolfo Morán Portillo

Lic. Mario Enrique Campos Trijilio

**Representantes Estudiantiles:**

Mario Roberto Barrientos Aldana

Anaite del Rosario Machuca Pérez

**Representante de Egresados:**

MA. Jhonny Michael González Batres

**Secretaria:**

M.Sc. Claudia Xiomara Molina Avalos

**Coordinador de EPS Licenciatura:**

Lic. Luis Arturo Pedroza Gaytán

**Supervisores de EPS Licenciatura:**

Licda. Sandra Nohemí Hernández y Hernández

Lic. Fernando Ismael Flores Barrios



Ref. SSE-152/2017  
Guatemala, 25 de octubre de 2017

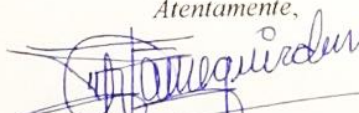
Lic. Luis Pedroza  
**Coordinador**  
*Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura*  
Escuela de Ciencias de la Comunicación  
Universidad de San Carlos de Guatemala

Estimado Licenciado Pedroza:

Por medio de la presente, hacemos constar que el(a) estudiante(a) epesista "**Juan José Chang Marroquín**" con número de carné: "**200619073**" 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 institución específicamente en "**Sección Socioeconómica de la Universidad de San Carlos de Guatemala**" cumpliendo con 300 horas efectivas de práctica comprendidas del 01 de 06 al 31 de 07 del año en curso; tiempo durante el cual ejecuto el proyecto comunicacional: "**Plan de comunicación externa para la Sección Socioeconómica de la Universidad de San Carlos de Guatemala**" entregando el material respectivo y debidamente recibido por: "**Sección Socioeconómica de la Universidad de San Carlos de Guatemala**".

En tal virtud manifestamos entera satisfacción respecto al trabajo del epesista y para los usos y procesos siguientes en el EPS de Licenciatura, extendemos la presente **CONSTANCIA DE FINALIZACIÓN DE SU PROYECTO DE EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO DE LICENCIATURA** en nuestra institución.

Atentamente,

  
Lieda Anselma Jauregui Contreras  
Jefa Sección Socioeconómica





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



Guatemala 25 de octubre de 2017

Estudiante  
Juan José Chang Marroquín  
200619073  
Escuela de Ciencias de la Comunicación

De mi consideración:

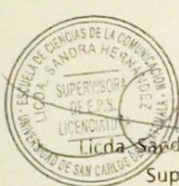
Me complace informarle que he revisado su informe final de EPS de Licenciatura con el título **PLAN DE COMUNICACIÓN EXTERNA PARA LA SECCIÓN SOCIOECONÓMICA DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA**. El citado trabajo cumple los requisitos de rigor del presente programa por lo cual, emito **DICTAMEN FAVORABLE** para los efectos subsiguientes.

Se autoriza su aprobación en el acta de cierre respectiva y la distribución de su trabajo final de EPS de Licenciatura de forma digital en un archivo PDF en 7 CD'S que deberán ser distribuidos en cada una de las instancias siguientes:

- Biblioteca USAC
- Biblioteca ECC
- Secretaría ECC
- Institución o empresa
- Coordinación EPSL

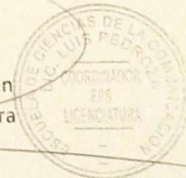
Sin otro particular

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"



Licda. Sandra Noemí Hernández y Hernández  
Supervisora EPS de Licenciatura

Vo.Bo. Lic. Luis Pedroza Gaytán  
Coordinador EPS de Licenciatura



"Por una Universidad de Educación Superior Pública y de Calidad"  
OLIVERIO CASTAÑEDA DE LEÓN

Edificio M2, Ciudad Universitaria, zona 12 • Teléfono: (502) 2418-8920. Telefax: (502) 2418-9810  
www.comunicacion.usac.edu.gt

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

## DEDICATORIA

**A Dios:** por haber decidido que mis padres me dieran la vida.

**A mis Padres:** Por su amor y su apoyo incondicional.

**A mis hermanos:** por su cariño y apoyo en todos los momentos de mi vida.

**A mí Familia:** por su apoyo y por estar con migo en cualquier circunstancia de la vida.

**A la Música:** mi eterna compañera de estudios, mi mejor calmante, mi pasión.

**A mis Amigos:** por estar siempre con migo, en las situaciones malas y en las buenas.

A mis amigos les adeudo la ternura  
y las palabras de aliento y el abrazo;  
el compartir con todos ellos la factura  
que nos presenta la vida, paso a paso.

(Alberto Cortez. A mis amigos).

## AGRADECIMIENTOS

A la **Universidad de San Carlos de Guatemala**, por haberme forjado como profesional.

A la **Escuela de Ciencias de la Comunicación**, por todo el conocimiento adquirido para ser un profesional.

A la **Licda. Sandra Hernández**, por su asesoría, dedicación, paciencia y sus consejos profesionales.

A la **Licda. Anselma Jáuregui Contreras**, por darme la oportunidad de realizar mis horas de práctica en la Sección Socioeconómica de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

A **mis Padres**, por su paciencia, su apoyo incondicional, dedicación y sobre todo su esfuerzo para brindarme educación.

A **mis Hermanos**, por su ayuda y apoyo para alcanzar este objetivo.

A la **Licda. T. Jones**, por su ayuda, dedicación y colaboración con mi proyecto.

A **mis amigos**, que fueron un pilar fundamental en mi carrera universitaria.

# Índice

<b>RESUMEN</b>	I
<b>INTRODUCCIÓN</b>	II
<b>JUSTIFICACIÓN</b>	III
<b>CAPITULO I</b>	1
<b>1. DIAGNOSTICO</b>	1
<b>1.1. OBJETIVOS DEL DIAGNOSTICO</b>	1
1.1.1. Objetivo general	1
1.1.2. Objetivos específicos	1
<b>1.2. LA INSTITUCION – SECCION SOCIOECONÓMICA DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA</b>	1
1.2.1. Ubicación geográfica	1
1.2.2. Integración y alianzas estratégicas	1
1.2.3. Antecedentes	2
1.2.4. Departamentos	3
1.2.5. Misión	3
1.2.6. Visión	3
1.2.7. Objetivos institucionales	3
1.2.8 Publico objetivo	4
1.2.9. Organigrama	5
<b>1.3 METODOLOGIA</b>	6
1.3.1. Descripción del método	6
1.3.2. Técnicas e instrumentos de recolección	7
1.3.3. Cronograma Del Diagnóstico	9
<b>1.4 RECOPIACIÓN DE DATOS</b>	10
1.4.1 Gráficas, cuadros e interpretación del resultado de las encuestas	10
<b>1.5. RADIGRAFÍA DE LA INSTITUCIÓN</b>	15
1.5.1 Fortalezas	15
1.5.2 Oportunidades	15
1.5.3 Debilidades	15
1.5.4 Amenazas	15



<b>CAPITULO II</b>	16
<b>2. Plan de Comunicación</b>	16
2.1 Antecedentes comunicacionales	16
2.2 Objetivos de Comunicación	16
2.2.1 Objetivo General	16
2.2.2 Objetivos Específicos	16
2.3 PÚBLICO OBJETIVO	17
2.4 MENSAJE	17
2.5 ESTRATEGIAS	17
2.6 ACCIONES DE COMUNICACIÓN	18
<b>CAPITULO III</b>	21
<b>3. INFORME DE EJECUCION</b>	21
3.1. PROYECTO DESARROLLADO	21
3.1.1 Financiamiento	21
3.1.2 Presupuesto	21
3.1.3. Beneficiarios	22
3.1.4 Recursos Humanos	23
3.1.5 Área geográfica de acción	23
3.2 ESTRATEGIAS Y ACCIONES DESARROLLADAS	23
3.3 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES	27
3.4 CONTROL Y SEGUIMIENTO	28
<b>CONCLUSIONES</b>	29
<b>RECOMENDACIONES</b>	31
<b>GLOSARIO DE TÉRMINOS</b>	32
<b>BIBLIOGRAFÍA</b>	34
<b>E-GRAFÍA</b>	35
<b>ANEXOS</b>	37
Ficha de Entrevista	37
Transcripción Completa de Entrevista	38
Modelo de Encuesta	40
Documentación Fotográfica	42
Ficha de Registro de Horas	51

## RESUMEN

### **Nombre de la Institución:**

“Sección Socioeconómica de la Universidad de San Carlos de Guatemala”.

### **Nombre del Proyecto:**

“Plan de Comunicación externa para la Sección Socioeconómica de la Universidad de San Carlos de Guatemala”.

### **Objetivos del Proyecto:**

- **General:**

Presentar un plan de comunicación externa para la Sección Socioeconómica de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

- **Específicos:**

- Incrementar el número de amigos en la red social Facebook y página web de esta entidad universitaria.
- Expandir la imagen de esta entidad entre la población universitaria, a través de material impreso P.O.P (Point of Purchase); como Banners, trifoliales, y afiches informativos.
- Fortalecer la imagen institucional y la de su red social Facebook.
- Renovar y actualizar la información en la red social Facebook.

### **Sinopsis del Proyecto:**

A continuación se muestra el trabajo que se realizó en la Sección Socioeconómica de la Universidad de San Carlos de Guatemala, durante el Ejercicio Profesional Supervisado (EPS), en él se documenta todas las acciones llevadas a cabo para realizar el plan de comunicación externa, contando con un diagnóstico detallado acerca de los problemas de comunicación externa que afectaban a esta institución, así mismo las estrategias utilizadas para llevar a cabo la ejecución del plan comunicacional, manejo de la red social Facebook, diseño y elaboración de material impreso P.O.P. (Point of Purchase), tales como banners, trifoliales y afiches informativos.

## INTRODUCCIÓN

El plan de becas internas de la Universidad de San Carlos, es la entidad encargada de ayudar a los estudiantes de escasos recursos y estudiantes con alguna discapacidad física que desean continuar con sus estudios o iniciar con una carrera universitaria.

Este plan de comunicación externa se realizó con relación a los conocimientos y parámetros adquiridos que el ejercicio profesional supervisado que la Escuela de Ciencias de la Comunicación requiere.

A continuación, se presenta el desarrollo y ejecución del plan de comunicación que se realizó en la Sección Socioeconómica de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

Esta institución Universitaria necesitaba renovar su imagen, así también actualizar su página en Facebook, para dar solución a estos problemas de comunicación externa se implementaron trifoliales informativos, la Sección Socioeconómica de la Universidad de San Carlos ya contaba con un diseño de trifoliales anteriormente, sin embargo la información de estos necesitaba ser actualizada, se renovó el diseño gráfico en banners que fueron colocados en puntos estratégicos, y se realizó un diseño de afiche informativo enfocado específicamente en becas de discapacidad.

## **JUSTIFICACIÓN**

Este plan de comunicación esta estratégicamente elaborado para ayudar a fortalecer la comunicación externa e imagen de la Sección Socioeconómica de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

Este plan de comunicación tiene como objetivo, que esta entidad universitaria tenga una mayor difusión institucional, esto se pretende lograr a través de materiales impresos como trifoliales, afiches y banners informativos, así también renovar y actualizar su red sociales Facebook y su página web, ya que estos medios son los más utilizados por esta institución para divulgar su información, sin embargo, estos medios carecen de actualizaciones y renovaciones constantes.

Todos los materiales impresos fueron elaborados sin incluir fechas específicas, y solo se incluyó la información específica para poder ser reutilizados en un futuro, y se entregó el material de forma editable para futuras modificaciones.

La importancia de este proyecto se debe a la necesidad de informar a la población estudiantil, acerca de los planes de becas internas que aporta la Sección Socioeconómica de la Universidad de San Carlos de Guatemala, para que estos puedan beneficiarse y continuar con sus estudios superiores, sin importar sus condiciones, ya sean económicas o alguna discapacidad física.

## **CAPITULO I**

### **1. DIAGNOSTICO**

#### **1.1. OBJETIVOS DEL DIAGNOSTICO**

##### **1.1.1. Objetivo general**

Realizar un diagnóstico de comunicación externa de la Sección Socioeconómica de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

##### **1.1.2. Objetivos específicos**

- Detectar el funcionamiento de los medios de difusión que utiliza el departamento de becas internas de la USAC.
- Conocer los problemas de comunicación externa que existen en el departamento de becas internas de la Universidad de San Carlos.
- Determinar cuáles son las causas por las cuales los estudiantes no tienen mayor conocimiento de este recurso que brinda la universidad.

#### **1.2. LA INSTITUCION – SECCION SOCIOECONÓMICA DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA**

##### **1.2.1. Ubicación geográfica**

Edificio de bienestar estudiantil, tercer nivel, oficina 302, ciudad Universitaria, zona 12 ciudad de Guatemala.

##### **1.2.2. Integración y alianzas estratégicas**

Las principales entidades privadas que ayudan a esta institución son la Agencia de los Estados Unidos de América para el Desarrollo Internacional -USAID- (por sus siglas en inglés) y Crowley, cada una aporta cierta cantidad económica, equivalente a una beca de estudios.

### **1.2.3. Antecedentes**

En el año 1948 se celebró un congreso centroamericano en la ciudad de El Salvador, donde se aprobó de manera unánime la fundación social que debe realizar la universidad, la cual comprende el servicio de protección económico social del estudiante universitario que proporcionaban desayunos, almuerzos y cenas que inauguró con 12 comensales y meses más tardes eran 30 los inscritos.

En febrero de 1950, siendo rector el Ing. Miguel Asturias Quiñónez, amplió la acción del comedor universitario transformándolo en residencia estudiantil, para dar albergue a los estudiantes necesitados del interior de la república. En ambos servicios, participaba el trabajador social para evaluar la situación socioeconómica del caso. Así nació también el servicio médico y otros posteriores como lo son: club deportivo universitario otorgando exención de pago de matrícula y derecho de exámenes a todos los participantes de los equipos que representaban a la universidad en la liga mayor; teatro universitario a quienes se les autorizaba un subsidio de Q50.00 para vestuario, maquillaje. Se concedieron 2 becas vitales que incluyen hospedaje y alimentación como estímulo de estudiantes de primer ingreso.

El 10 de octubre de 1959 fue declarada la sección socioeconómica como una de las tres secciones del departamento de bienestar estudiantil al igual que sección de salud y de la orientación; quedando integrado de esa forma los servicios con proyección al estudiante desde el punto de vista médico, psicopedagógico y socioeconómico.

El 23 de julio de 1975 en el Acta No. 16-75, el Consejo Superior Universitario aprueba el proyecto de reglamento de bienestar universitario, y lo define como el organismo técnico de la atención de los problemas socioeconómicos, de orientación vocacional y de salud que afecta al estudiante de la USAC. Capacitado y facultado para coordinar programas que tiendan a la resolución o minimización de aquellos problemas, así como para impulsar actividades que promuevan la eliminación de las causas que los provocan.

Posteriormente, el consejo superior universitario, el 7 de julio de 1999, según punto segundo del acta No. 21-99, autorizaba la Dirección general de docencia en donde ubicó

la división de bienestar estudiantil dentro de su estructura orgánica. La sección socioeconómica continúa con el programa de becas préstamo y se implementaron becas no reembolsables gracias a donaciones de instituciones extranjeras como es el caso de USAID, así como de la empresa privada y personas particulares.

#### **1.2.4. Departamentos**

La sección Socioeconómica de la Universidad de San Carlos de Guatemala, no cuenta con departamentos como tal, la propia sección es un departamento de la división de Bienestar Estudiantil, la cual se conforma de tres departamentos: 1) la Unidad de Salud, 2) la unidad de transporte interno y 3) la Sección Socioeconómica USAC.

#### **1.2.5. Misión**

Ser el responsable de realizar el estudio de la situación socioeconómica del estudiante universitario, de escasos recursos económicos y alto rendimiento académico, que solicita una beca de pregrado, en la Universidad de San Carlos de Guatemala. Así mismo, atender solicitudes de exoneraciones parciales en el pago de matrícula a estudiantes extranjeros.

#### **1.2.6. Visión**

Ser el ente capaz de responder a la demanda de toda la población estudiantil universitaria, de escasos recursos económicos y alto rendimiento académico, que aspiran a recibir la beca universitaria que le permita concluir satisfactoriamente sus estudios superiores.

#### **1.2.7. Objetivos institucionales**

- Apoyar, mediante la adjudicación de becas de pregrado, a estudiantes de escasos recursos económicos y alto rendimiento académico.
- Apoyar mediante la adjudicación de becas para EPS o tesis, a estudiantes que por dificultades que por dificultades de tipo socioeconómico no puedan concluir su carrera profesional.
- Involucrar al becario en proyectos de beneficio colectivo, por medio del servicio social que presten.

- Impulsar programas (como el de la residencia universitaria) que coadyuven a la solución de dificultades socioeconómicas de los estudiantes de escasos recursos económicos y alto rendimiento académico.
- Promover programas de asistencia integral que propicien el éxito académico de los becados.

### **1.2.8 Público objetivo**

Para poder definir el público objetivo de la sección socioeconómica de la Universidad de San Carlos de Guatemala se toman en cuenta los siguientes aspectos: Demográfico, socioeconómico,

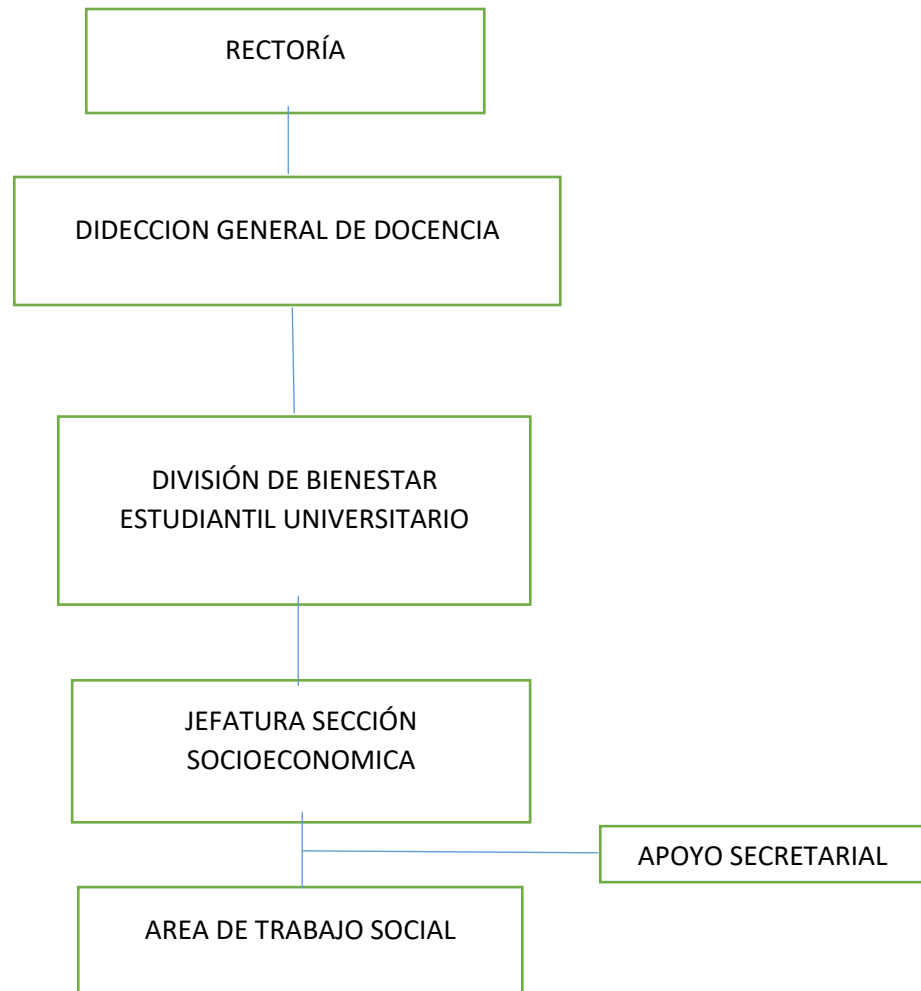
- Aspecto académico: los estudiantes que aplican al programa de beca, deben mantener un promedio mínimo de 70 puntos para mantener este beneficio económico.
- Aspecto Socioeconómico: los estudiantes que deseen aplicar al programa de becas, son sometidos a un estudio Socioeconómico para poder aplicar a una beca.

El principal grupo objetivo de esta institución, se enfoca en estudiantes de escasos recursos, o con alguna discapacidad física, que no cuentan con el soporte económico para sostener una carrera universitaria.



### 1.2.9. Organigrama

La sección socioeconómica de la división de bienestar estudiantil universitario, para el cumplimiento de sus objetivos y funciones, está organizada por el área de trabajo social y por el área de apoyo secretarial.



Fuente: División de Bienestar Estudiantil Universitario, Dirección General de Docencia. USAC 2016.

## **1.3 METODOLOGIA**

### **1.3.1. Descripción del método**

Los métodos mixtos según Hernández-Sampieri, collado y Baptista Lucio (2014:534) son “un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implican la recolección y análisis de datos cuantitativos y cualitativos, así como su integración y discusión conjunta, para realizar inferencias producto de toda la información recabada (metainferencias) y lograr un mayor entendimiento del fenómeno bajo estudio”.

Es decir, tal y como su nombre lo dice, que se trata de un método el cual integra tanto el método cualitativo como el cuantitativo; hacer uso de él en una investigación brindará más riqueza al estudio y un entendimiento más amplio sobre la naturaleza del fenómeno de estudio.

Es precisamente ésa naturaleza tan compleja de los fenómenos la que ha motivado la utilización del método mixto en las distintas ciencias. Los fenómenos o problemas de investigación poseen dos realidades siendo éstas: una realidad objetiva que se refiere aquellos aspectos tangibles que posee y a la vez, se encuentra una realidad subjetiva, la cual está conformada por diversas realidades las cuales que dependen de todas y cada una de las personas involucradas. (Hernández Sampieri, Collado y Baptista Lucio, 2014:536).

Para llevar a cabo este diagnóstico se recabó información a través de documentos, técnica de observación, entrevistas y encuestas, esto permitió realizar un análisis para llevar a cabo un diagnóstico de esta institución Universitaria.

Como primer paso se realizó una encuesta, para tener una referencia cuantificable de la cantidad de alumnos que tenían conocimiento acerca de la función que desempeña la Sección Socioeconómica de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

### 1.3.2. Técnicas e instrumentos de recolección

Técnica: se define como “conjunto de mecanismos de máquinas, así también de sistemas y medios de dirigir, recolectar, conservar, reelaborar, y transmitir datos, todo ello creado con vistas a la producción, a la investigación, etc.” Es el conjunto de reglas y operaciones para el manejo de una investigación. (Piloña 2011: 1)

Puede definirse como investigación aquella acción que se dirige a encontrar soluciones a un determinado problema o bien, obtener mayor información respecto a un hecho del cual no se posee mayor conocimiento. (Piloña 2011: 59)

**Observación:** “se le llama así al proceso del conocimiento que utiliza los órganos de los sentidos del ser humano. Es sensorial, lógica y práctica”. (G. Piloña Ortiz 2017: 38).

Como primera fase de la investigación se llevó a cabo la técnica de observación, en la Sección Socioeconómica de la Universidad de San Carlos de Guatemala, esta institución forma parte de bienestar estudiantil de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

**Entrevista:** “la entrevista es un medio que se emplea en la investigación de campo para facilitar el trabajo durante la primera fase de la investigación o para requerir información específica cuando ya se está en la fase central de acopio de información”. (H. Cabezas 2006:55)

Se realizó una entrevista de tipo estructurada focalizada ya que ésta se aplicó a la Secretaria de la Sección Socioeconómica de la Universidad de San Carlos debido al hecho de que ella posee conocimientos en el área de Comunicación y tiene dos años de laborar en el lugar.

**Encuesta:** “Consiste en una lista de preguntas escritas que orientan a un conjunto de posibles respuestas. Se trata de un método empírico de investigación que supone la elaboración de un cuestionario, cuya aplicación masiva permite conocer las opiniones que sobre determinados asuntos poseen las personas seleccionadas en la muestra”. (H. Cabezas 2006:52)

La palabra **muestreo** se deriva del término “muestra” entendiéndose ésta como: “...fracción o una parte de un grupo poblacional (universo) que reúne ciertas características que las hace compatibles y por tanto representativas de ese grupo”. (G. Piloña Ortiz, 2017:72)

La utilización de las distintas técnicas e instrumentos fue de utilidad para determinar el nivel de conocimiento que poseían los estudiantes de Ciencias de Comunicación de la Universidad de San Carlos respecto a las funciones de la Sección Socioeconómica de la mencionada universidad.

### **Resultados de la observación**

Se observó que esta institución cuenta con dos medios de comunicación principales, siendo estos la página web de la institución y la red social Facebook, así también medios impresos, tales como banners y afiches, sin embargo, algunos de estos medios impresos no cuentan con información actualizada, o carecen de información actual de esta institución.

Se determinó que las redes sociales son el medio de comunicación con más impacto entre los estudiantes, siendo Facebook el más utilizado, sin embargo, se observó que a esta red social no cuenta con muchas visitas, no se le da mucho seguimiento, y la información que contiene no se actualiza constantemente.

### 1.3.3. Cronograma Del Diagnóstico

		Enero				Febrero			
		Semana 1	semana 2	Semana 3	Semana 4	Semana 1	semana 2	Semana 3	Semana 4
No.	Actividades								
1	Propedéutico del diagnóstico								
2	Entrevista con la directora del departamento de becas internas USAC								
3	Conocer la labor del departamento socio-económico de la USAC								
4	Aplicación del método de observación								
5	Recolección de información de la institución								
6	Primera asesoría								
7	Redacción de encuestas								
8	Segunda asesoría								
9	Transcripción de entrevistas								
10	Aplicación de las encuestas								
11	Vaciado y análisis de las encuestas								
12	Presentación de informa del diagnóstico								

Fuente: Hinojosa María Alejandra. (2003, marzo 11). Diagrama de Gantt.

## 1.4 RECOPIACIÓN DE DATOS

### 1.4.1 Gráficas, cuadros e interpretación del resultado de las encuestas

**GRÁFICA 1**



Fuente: Juan José Chang Marroquín. Febrero, 2017.

#### **Interpretación.**

De los 34 estudiantes del primer semestre de la carrera técnica de publicidad de la jornada vespertina de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, 27 afirmaron tener conocimiento del plan de becas internas de la USAC. Sin embargo, 7 de ellos negaron conocer este recurso que brinda la universidad, probablemente esto se deba a la falta de interés de los estudiantes o a la falta de publicidad que se le da a esta institución.

**GRÁFICA 2**



Fuente: Juan José Chang Marroquín. Febrero, 2017.

#### **Interpretación.**

El 100% de los alumnos del primer semestre de la carrera de publicidad vespertina, niega haberse beneficiado con el plan de becas internas, esto probablemente se deba a que cuentan con los recursos económicos necesarios para costear su carrera.

**GRÁFICA 3**



Fuente: Juan José Chang Marroquín. Febrero, 2017.

**Interpretación.**

Todos los estudiantes encuestados estuvieron de acuerdo en que las becas internas de la USAC, son una buena forma de ayudar y favorecer a los estudiantes de escasos recursos que desean continuar con sus estudios superiores.

**GRÁFICA 4**



Fuente: Juan José Chang Marroquín. Febrero, 2017.

**Interpretación.**

En respuesta a esta pregunta el 89% de los estudiantes encuestados dijo estar de acuerdo, mientras un 11% dijo no estarlo, una posible causa de ello puede ser la falta de conocimiento que poseen los estudiantes respecto a este plan, o bien, a una falta de interés hacia el mismo.

**GRÁFICA 5**



Fuente: Juan José Chang Marroquín. Febrero, 2017.

**Interpretación.**

El 88% de los alumnos encuestados mencionó no haber visto publicidad o información acerca de esta entidad universitaria, y solo un 12% vio algún tipo de publicidad o información respecto al programa de becas internas.

**GRÁFICA 6**



Fuente: Juan José Chang Marroquín. Febrero, 2017.

**Interpretación.**

En el recuento de las encuestas se pudo determinar que la mayoría de los alumnos del primer semestre de la ECC jornada vespertina, comentó que uno de los medios por el cual les gustaría recibir este tipo de información son las redes sociales, esto debido a que es el medio de comunicación más utilizado por los alumnos, seguido de la página oficial de la escuela de comunicación, ya que la mayoría de los alumnos busca información a través de ésta. Las anteriores herramientas pueden complementarse con el uso de medios impresos y afiches estratégicamente ubicados.



## GRÁFICA 7

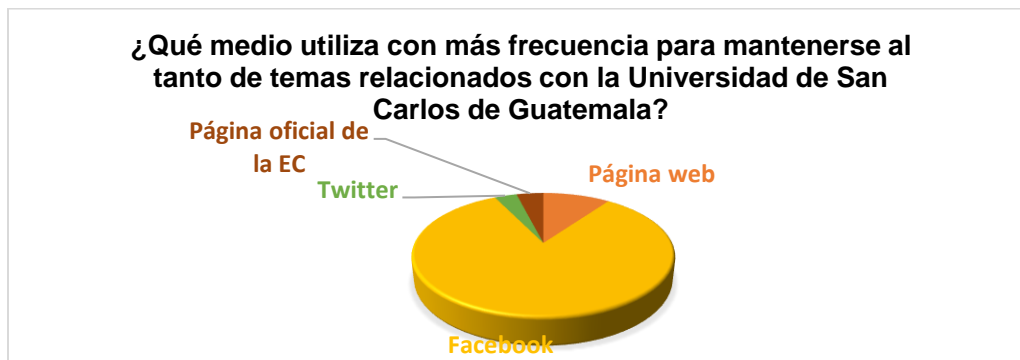


Fuente: Juan José Chang Marroquín. Febrero, 2017.

### Interpretación.

El resultado de esta pregunta es bastante interesante, ya que la mayoría de los alumnos se enteran de esta entidad universitaria por medio de otras personas (publicidad de boca en boca) y no por medios de comunicación, si bien las páginas web son la segunda opción en donde se ha visto más publicidad o información, esto determina que la difusión de publicidad de esta entidad está siendo débil o escasa.

## GRÁFICA 8

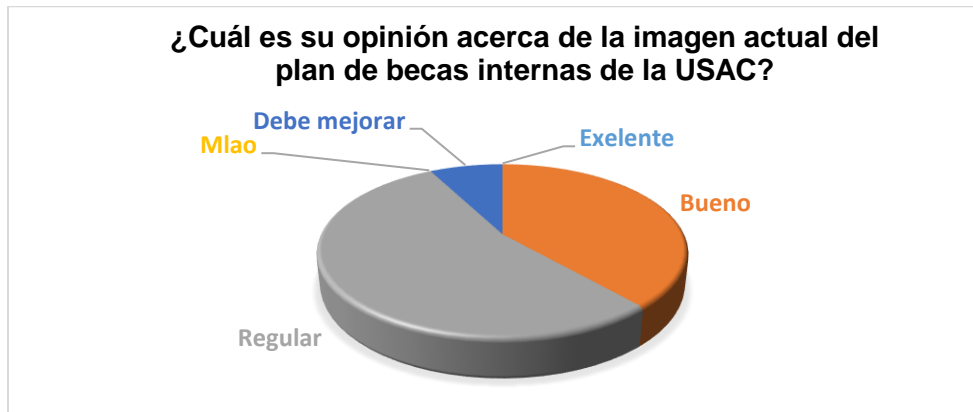


Fuente: Juan José Chang Marroquín. Febrero, 2017.

### Interpretación.

En relación con esta pregunta, la respuesta fue contundente, Facebook es el medio más utilizado por los alumnos de primer semestre, jornada vespertina de la ECC, seguido de la página oficial de la escuela de comunicación, esto es debido a que Facebook es la red social más utilizada y una de las más populares entre los jóvenes y personas en general.

**GRÁFICA 9**

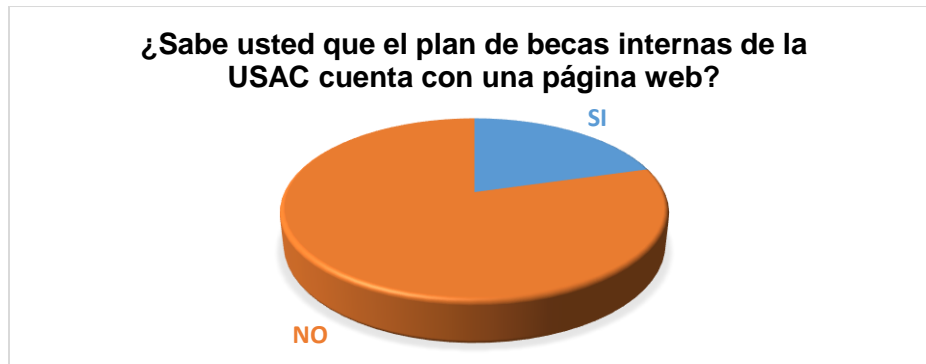


Fuente: Juan José Chang Marroquín. Febrero, 2017.

**Interpretación.**

La anterior respuesta revela que un 54% de los estudiantes encuestados opina que la imagen actual del plan de becas internas de la USAC es regular, seguido por un 38% que opina que la imagen actual es buena, estos resultados quizá se deban a que los estudiantes de primer ingreso de la ECC no poseen información o no conocen acerca de esta dependencia universitaria.

**GRÁFICA 10**



Fuente: Juan José Chang Marroquín. Febrero, 2017.

**Interpretación.**

La falta de divulgación acerca de la página web de esta institución, se ve reflejada en la gráfica anterior, en donde se muestra que solo un 21% menciona tener conocimiento de la existencia de la página web de esta institución, mientras que un 78% dijo no tener conocimiento de ésta.

## **1.5. RADIGRAFÍA DE LA INSTITUCIÓN**

### **1.5.1 Fortalezas**

- La ayuda que brinda la institución a los alumnos de escasos recursos de la Universidad de San Carlos de Guatemala.
- La institución es apoyada por la rectoría de la Universidad de San Carlos.
- Cuenta con el equipo y los recursos humanos para realizar los trámites de becas.
- La institución es apoyada económicamente por empresas transnacionales.

### **1.5.2 Oportunidades**

- Tener un plan de comunicación externa.
- Debiera contar con canales de comunicación externa que estén debidamente nutridos de información.
- Proyectar una nueva imagen de la institución.
- Contar con canales de comunicación que cumplan con su objetivo.

### **1.5.3 Debilidades**

- Falta de presupuesto para financiar otro tipo de becas, como maestrías o Doctorados.
- No cuentan con el apoyo de un diseñador gráfico permanente que maneje su línea gráfica y la renueve periódicamente.
- La Sección Socioeconómica cuenta con una página en Facebook, sin embargo, la información de esta no es actualizada frecuentemente.
- Carece de personal que revise constantemente la red social Facebook.

### **1.5.4 Amenazas**

- Falta de interés de los estudiantes de la USAC.
- Falta información hacia los estudiantes de escasos recursos.
- Reducción del número de oportunidad de becas por falta de presupuesto.
- Hay una escasa proyección de la institución a través de medios de comunicación.

## **CAPITULO II**

### **2. Plan de Comunicación**

#### **2.1 Antecedentes comunicacionales**

El programa de becas internas de la Universidad de San Carlos, forma parte de la sección socioeconómica de esta entidad educativa, esta dependencia está ubicada en el Edificio de bienestar estudiantil, tercer nivel, oficina 302, ciudad Universitaria, zona 12 ciudad de Guatemala, bajo la dirección de la Licenciada Anselma Jáuregui.

Esta dependencia cuenta con una página web, bajo el dominio <http://sseusac.wixsite.com/becas-usac>, también cuenta con redes sociales como Facebook y Twitter.

No obstante, esta página web y las redes sociales de esta dependencia estudiantil, no cuentan con actualizaciones de información ni con nuevo contenido, lo cual no llama el interés de los estudiantes ni de su público objetivo que son los estudiantes de escasos recursos de esta casa de estudios, a raíz de esto surge la necesidad de establecer una dinámica de publicaciones constantes y renovaciones de imagen de la página web, que cumpla con las expectativas del público objetivo y de la institución.

#### **2.2 Objetivos de Comunicación**

##### **2.2.1 Objetivo General**

Presentar un plan de comunicación externa, en la Sección Socioeconómica de la Universidad de San Carlos de Guatemala, que fortalezca la difusión de información de esta institución.

##### **2.2.2 Objetivos Específicos**

- Expandir la imagen de esta entidad entre la población universitaria, a través de medios impresos P.O.P (Point of Purchase), red social Facebook y spot radial.
- Incrementar el número de visitas a la fan page y al sitio web de esa institución, para que los estudiantes tengan mayor información acerca de este programa de becas.

- Renovar y actualizar la información en la red social Facebook con información acerca de la función de la sección socioeconómica y sus planes de becas.

## 2.3 PÚBLICO OBJETIVO

Para poder definir el público objetivo de la sección socioeconómica, se toman en cuenta los aspectos:

- **Demográfico.** Estudiantes de la Universidad de San Carlos de Guatemala de primer ingreso y reingreso en un rango de edades comprendidas entre los 17 a los 35 años que residen en todo el país; es requisito que los optantes a un plan de becas sean de nacionalidad guatemalteca.
- **Socioeconómico.** Personas de escasos recursos económicos que no cuenten con los medios para costear sus estudios superiores.
- **Psicográfico.** Se toma en cuenta el factor intelectual de cada individuo para poder optar a un plan de becas en la Sección Socioeconómica de la Universidad de San Carlos de Guatemala, esto se hace con la ayuda de un orientador social.

## 2.4 MENSAJE

**“Redes sociales, un eslabón que une la cadena de la comunicación”**

Para llevar a cabo este plan, se necesita despertar el interés del estudiante hacia esta entidad universitaria, esto se pretende lograr a través de las redes sociales. Prevalece el slogan de la institución “Esta es tu oportunidad”.

## 2.5 ESTRATEGIAS

- Fortalecimiento de redes sociales y pagina web.

Siendo este el medio más utilizado para divulgar información de esta entidad, se busca fortalecer y actualizar su contenido, para tener un mayor alcance entre la población universitaria.

- Proyectar esta institución universitaria en medios de comunicación internos, como radio Universidad (92.1 FM) y radios internas.

Con esto se busca difundir la existencia de este programa, ya que muchos estudiantes de escasos recursos o con problemas económicos que necesitan de

esta ayuda, no saben de la existencia de este proyecto, o beneficio estudiantil.

- Fortalecimiento y renovación de los medios impresos P.O.P. (Point of Purchase).

Con la implementación de estos medios se busca fortalecer la imagen de esta entidad, y fortalecer la información que se requiere para optar a una beca pregrado-USAC.

- Elaboración de spot radiofónico.

Con esto se busca incrementar el interés y conocimiento sobre la Sección Socioeconómica de la Universidad de San Carlos en la población estudiantil a través de la radio, específicamente “Radio Universidad” (92.1 FM).

## 2.6 ACCIONES DE COMUNICACIÓN

<b>Acción 1</b>	
<b>¿A qué estrategia responde la acción?</b>	Fortalecimiento de la red sociales Facebook y pagina web
<b>Problema</b>	Falta de información y actualización de los sitios web.
<b>Producto/s</b>	Renovación y actualización de: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sitio Web.</li> <li>• Redes Sociales</li> </ul>
<b>Objetivo Comunicacional</b>	Incrementar el número de visitas a la fan page y al sitio web de esa institución, para que los estudiantes tengan mayor información acerca de este programa de becas.
<b>Tipo de mensaje</b>	Informativo
<b>Público Objetivo</b>	Estudiantes de escasos recursos
<b>Medio de difusión</b>	Digital

<b>Acción 2</b>	
<b>¿A qué estrategia responde la acción?</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Proyectar esta institución universitaria en medios de comunicación internos, como radio Universidad, y radios internas.</li> </ul>
<b>Problema</b>	Escasa proyección a través de otros medios de comunicación que no sean recursos digitales.
<b>Producto/s</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Spots radiales.</li> <li>• Banners</li> </ul>
<b>Objetivo Comunicacional</b>	Expandir la imagen de esta entidad entre la población universitaria, a través de medios impresos P.O.P (Point of Purchase), redes sociales y spot radial.
<b>Tipo de mensaje</b>	Informativo
<b>Público Objetivo</b>	Estudiantes de escasos recursos
<b>Medio de difusión</b>	Digital, impreso y radial.

<b>Acción 3</b>	
<b>¿A qué estrategia responde la acción?</b>	Implementación de medios ATL (Above the line).
<b>Problema</b>	Falta de renovación en los medios impresos utilizados.
<b>Producto/s</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Banners.</li> <li>• Trifoliales.</li> </ul>
<b>Objetivo Comunicacional</b>	Expandir la imagen de esta entidad entre la población universitaria, a través de medios impresos P.O.P (Point of Purchase), redes sociales y spot radial.
<b>Tipo de mensaje</b>	Informativo
<b>Público Objetivo</b>	Estudiantes de escasos recursos
<b>Medio de difusión</b>	Impresos



## CAPITULO III

### 3. INFORME DE EJECUCION

#### 3.1. PROYECTO DESARROLLADO

Plan de comunicación para el Fortalecimiento de la comunicación externa de la sección socioeconómica de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

##### 3.1.1 Financiamiento

En un 85% los gastos fueron asumidos por el epesista. El 15% fue proporcionado por la Sección Socioeconómica USAC.

##### 3.1.2 Presupuesto

Cantidad	Detalle	P. Unitario	Total
12	Trifoliales tamaño carta, full color en papel opalina	Q. 3.00	Q.36.00
12	Afiches full color, tamaño tabloide en papel couché.	Q. 7.00	Q. 84.00
2	Banner araña, full color 0.60 x 1.60 Mts	Q.95.00	Q.190.00
1	Computadora Pórtatil HP	Q. 3,600.00	Q. 3,600.00
1	Servicios por asesoría comunicacional.	Q. 10,000.00	Q. 10,000.00
<b>Total.</b>			<b>Q. 13,910.00</b>

Juan José Chang. Julio 2017

Financiamiento	Monto
Epesista	Q 3,912.00
Institucion	Q 0.00
Patrocinio	Q 0.00

### 3.1.3. Beneficiarios

Con este plan de comunicación externa, el beneficiario directo fue la Sección Socioeconómica de la Universidad de San Carlos de Guatemala, ya que se contribuyó al fortalecimiento de la imagen de esta institución a través de medios impresos P.O.P, así como a la difusión de información a través de redes sociales.

Los beneficiarios secundarios con este plan, son los alumnos de escasos recursos de primer ingreso y re-ingreso de la Universidad de San Carlos de Guatemala, así también los alumnos con discapacidad de esta casa de estudios.

<b>Beneficiarios</b> <b>Primarios</b> - sección Socioeconómica de la USAC.	<b>Beneficio</b> Se contribuyó al fortalecimiento de la imagen de esta institución a través de medios ATL, así como a la difusión de información por medio de redes sociales.
<b>Beneficiarios secundarios</b> Alumnos de escasos recursos de primer ingreso y re-ingreso de la Universidad de San Carlos de Guatemala, así también los alumnos con discapacidad de esta casa de estudios.	<b>Beneficio</b> Alumnos de escasos recursos de primer ingreso y re-ingreso de la Universidad de San Carlos de Guatemala, así también los alumnos con discapacidad de esta casa de estudios.

### 3.1.4 Recursos Humanos

Personal	Cargo	Actividad
Licda. Anselma Jáuregui Contreras	Jefa de la Sección Socioeconómica USAC.	Asesoría y apoyo en los diseños y materiales que se utilizaron en las acciones realizadas durante la práctica profesional.
Licda. Verónica Polanco	Supervisora de la asociación de estudiantes becados.	

### 3.1.5 Área geográfica de acción

Sección Socioeconómica (plan de becas internas) de la Universidad De San Carlos de Guatemala, edificio de Bienestar Estudiantil, tercer nivel, oficina 302, campus central Zona 12, Ciudad de Guatemala.

## 3.2 ESTRATEGIAS Y ACCIONES DESARROLLADAS

### Estrategia

Fortalecimiento de la red social Facebook y sitio web.

- **Objetivo comunicacional**

Incrementar el número de visitas a la fan page y al sitio web de esa institución, para que los estudiantes tengan mayor información acerca de este programa de becas.

- **Descripción**

Se fortaleció la información y la imagen de la institución en la red social Facebook, ya que la información acerca la institución en esta red social era escasa y carecía de actualizaciones.

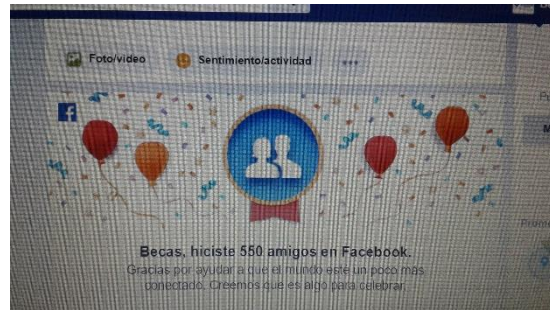
- **Acciones desarrolladas**

- a. Acción 1 (renovación de imagen y creación de fanpage en Facebook)
- b. Acción 2 (aumento de likes y amigos en el perfil de Facebook)

- **Imágenes.**



Renovación de imagen en la página de Facebook realizado por el epesista Juan José Chang, para actualizar y renovar la imagen de dicha red social. 10 de julio, 2017.



Se aumenta el número de amigos de Facebook de 300 a 550, esto como resultados de la estrategia de actualización y renovación en esta red social planteada por el epesista Juan José Chang. Julio, 2017.

## **Estrategia**

Implementación de medios impresos P.O.P

- **Objetivo comunicacional**

Expandir la imagen de esta entidad entre la población universitaria, a través de medios impresos P.O.P (Point of Purchase), redes sociales y spot radial.

- **Descripción**

Se elaboraron Banners publicitarios con información de esta institución, así como trifoliales informativos y afiches.

- **Acciones desarrolladas**

- a. Acción 1 (Difundir información acerca de la institución)
- b. Acción 2 (Dar a conocer la institución y los beneficios que brinda).

- **Imágenes**



Banner informativo diseñado por el epesista Juan José Chang. Éste material consta de dos banners que se ubicaron en puntos estratégicos. Julio, 2017



Trifoliar informativo diseñado por epesista Juan José Chang para dar a conocer información respecto a los distintos planes de becas disponibles para la población estudiantil. Julio 2017.



SECCIÓN  
SOCIO-  
ECONÓMICA  
Universidad de San Carlos  
de Guatemala

## Becas de Discapacidad USAC

Edificio Bienestar Estudiantil  
3er nivel oficina 302  
24189632 / 24439632 / 24180000 ext.1176

[Usac.edu.gt/becasusac.php](http://Usac.edu.gt/becasusac.php)  
[becasse@usac.edu.gt](mailto:becasse@usac.edu.gt)



*Afiche informativo diseñado por el epesista Juan José Chang, para informar respecto a las Becas de Discapacidad. Julio 2017*

### 3.3 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Mes	Junio				Julio			
Actividad	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4
Reuniones y presentación del proyecto								
Manejo de redes sociales								
Diseño de medios impresos								
Entrega de materiales impreso								
Presentación final del proyecto a las autoridades de la Sección Socioeconómica								
Entrega								

Fuente: Hinojosa María Alejandra. (2003, marzo 11). Diagrama de Gantt.

### 3.4 CONTROL Y SEGUIMIENTO

Estrategia	Indicadores Cuantitativos	Indicadores Cualitativos
<p><b>Estrategia 1:</b> Fortalecimiento de la red social Facebook y sitio web.</p> <p><b>Objetivo:</b> Incrementar el número de visitas a la fan page y al sitio web de esa institución, para que los estudiantes tengan mayor información acerca de este programa de becas.</p>	<p>Se logró fortalecer y renovar la imagen e información de la institución, a través de la red social Facebook sumando más de 800 seguidores.</p>	<p>Esto ayuda a la población Universitaria, a tener mayor información acerca del plan de becas internas de la Universidad de San Carlos de Guatemala.</p>
<p><b>Estrategia 2:</b> Implementación de medios impresos P.O.P</p> <p><b>Objetivo:</b> Expandir la imagen de esta entidad entre la población universitaria, a través de medios impresos P.O.P (Point of Purchase), redes sociales y spot radial.</p>	<p>Se fortaleció y renovó la información de la Sección Socioeconómica USAC, por medio de la implementación de medios impresos tales como trifoliales informativos, banners y afiches. Además del uso de redes sociales cuya información llegaría a un aproximado de 1,000 estudiantes y la elaboración de un spot radial.</p>	<p>Estos medios ATL son de ayuda para los estudiantes de la USAC que necesiten información acerca del plan de becas que brinda la Sección Socioeconómica de la USAC.</p>



## CONCLUSIONES

Cuando se inició la fase de diagnóstico del Ejercicio Profesional Supervisado (EPS) se realizó una serie de encuestas, tomando como universo la escuela de ciencias de la comunicación, y como población a los estudiantes de la jornada vespertina de la carrera técnica de publicidad.

El resultado de las encuestas reveló que la mayoría de los estudiantes no tenía conocimiento y no había visto información acerca de la Sección Socioeconómica de la Universidad de San Carlos de Guatemala, ni de los servicios que esta brinda.

Dada esta situación, se optó por realizar un plan de comunicación externa, que ayudara a esta institución a fortalecer su imagen y a difundir información acerca de la misma. Se determinó a través de las encuestas, que una de las mayores plataformas que la población universitaria utiliza para informarse acerca de situaciones que acontecen en la USAC es la red social Facebook.

Es por eso que se tomó la acción de manejar, fortalecer la información, y renovar la imagen de esta red social, ya que en el pasado si bien esta institución universitaria poseía una cuenta en esta red social, no era visitada por la población estudiantil y la información que tenía acerca de los servicios de la institución eran escasos o nulos, cuando se empezó con el manejo de esta red social, apenas llegaba a los 35 amigos en el tiempo que llevaba de ser abierta esta cuenta.

En el tiempo que transcurrió la fase de práctica del EPS, la página de Facebook alcanzó los 690 amigos, y ahora cuenta con una fan-page con información actual acerca del plan de becas que proporciona la Sección Socioeconómica de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

Se resolvieron muchas dudas de la población estudiantil en esta red social, acerca de la función de la Sección Socioeconómica y acerca de las becas que ésta proporciona, esto nos revela la importancia y el peso informativo que esta red social en particular tiene entre la población Universitaria.

Para complementar el fortalecimiento de la imagen de esta institución se realizó la segunda acción, que fue la implementación de materiales impresos, afiches, banners, trifoliales.

## RECOMENDACIONES

El plan de comunicación expuesto anteriormente, fue basado en comunicación externa enfocado en la red social Facebook y medios impresos.

La comunicación externa es muy importante, ya que refleja la imagen de la empresa y difunde la información de esta, es importante mantener estos canales de comunicación abiertos, ya que sin ellos sería casi imposible hacer llegar la información de esta institución a la población estudiantil.

En años anteriores la Sección Socioeconómica de la Universidad de San Carlos, si bien contaba con una página de Facebook, la información que esta contenía no era actualizada constantemente, como por ejemplo información de fechas de descarga de documentos para inscripciones o información detallada de los tipos de becas que esta institución brinda, lo cual es de suma importancia para los estudiantes que deseen aplicar a una beca.

Con respecto a los medios impresos como trifoliales, afiches y banners informativos, la Sección Socioeconómica contaba con este material, sin embargo, la información que estos medios contenían no se actualizaba desde el año 2014, es recomendable actualizar la información y el diseño gráfico de estos materiales como mínimo cada año, para mantener el interés de los estudiantes.

Es importante conocer cuáles son los medios de comunicación con los que cuenta la Universidad de San Carlos de Guatemala, y tener conocimiento de quienes son las personas encargadas de manejarlos, ya que estos medios son de gran ayuda para difundir información acerca de las instituciones internas con las que cuenta la Universidad de San Carlos de Guatemala, en el caso de la Sección Socioeconómica se publicaron cintillos digitales con un hipervínculo en la página web central de la Universidad de San Carlos, dando a conocer fechas en las cuales se podían descargar documentos para optar a una beca en la USAC.

## GLOSARIO DE TÉRMINOS

**ACCIÓN.** Hecho, acto u operación que implica actividad, movimiento o cambio y normalmente un agente que actúa voluntariamente, en oposición a quietud o acción no física. Hecho, acto u operación que implica actividad, movimiento o cambio y normalmente un agente que actúa voluntariamente, en oposición a quietud o acción no física.

**AFICHE.** Herramienta visual que comunica algún evento futuro o situación actual, que generalmente ostenta una considerable dimensión para que sea bien apreciado al público que va dirigido (público objetivo).

**BANNER.** Se trata de un concepto de la lengua inglesa que pueda traducirse como “Emblema”, “Bandera” o “Pancarta”, en español se utiliza la noción de Banner como un formato gráfico publicitario.

**BECA.** Aporte económico que se concede a aquellos estudiantes o investigadores con el fin de llevar a cabo sus estudios o investigaciones.

**COMUNICACIÓN.** Palabra proveniente del latín *communicare*, es un fenómeno inherente a la relación que los seres vivos mantienen cuando se encuentran en grupo, a través de esta las personas o animales obtienen información respecto a su entorno y pueden compartir.

**CRONOGRAMA.** Proveniente del griego “*chronos*” que puede traducirse como tiempo, y la palabra “*grama*” que es equivalente a “mensaje escrito”, basado en un tiempo determinado.

**DEMOGRAFÍA.** Es el análisis de las comunidades humanas a partir de una estadística, el concepto procede del vocablo griego que puede definirse como “descripción del pueblo”, esta disciplina estudia el tamaño, la estratificación y el desarrollo de una colectividad, desde una perspectiva cualitativa.

**DIAGNOSTICO.** Es una palabra que tiene su origen etimológico en el griego y más aún en la unión de tres vocablos de dicha lengua. En concreto, es un término que está formado por el prefijo *diag-* que significa “a través de”; la palabra *gnosis* que es un sinónimo de “conocimiento”, y finalmente el sufijo *-tico* que se define como “relativo a”.

**ESTRATEGIA.** La palabra estrategia deriva del latín *strategia*, que a su vez procede de dos términos griegos: *stratos* (“ejército”) y *agein* (“conductor”, “guía”). Por lo tanto, el significado primario de estrategia es el arte de dirigir las operaciones militares.

**FAN-PAGE.** El término **Fanpage** al ser traducido al español quiere decir página de fans, y no es otra cosa que una página web que ha sido diseñada por personas que desean emprender algún negocio a través de la red o una página web.

**GRAFICA.** Un gráfico o representación gráfica es un tipo de representación de datos, generalmente numéricos, mediante recursos gráficos (líneas, vectores, superficies o símbolos), para que se manifieste visualmente la relación matemática o correlación estadística que guardan entre sí.

**MATERIAL IMPRESO P.O.P** (Point of Purchase) literalmente, «punto de compra» en inglés, corresponde a todos los implementos destinados a promocionar una empresa, que se entregan como regalos a los distribuidores, para implementar al interior del punto de venta.

**TRIFOLIAR (TRIPTICO).** Es un folleto gráfico en el cual podemos dar a conocer publicidad de empresas, de escuelas en el cual nos dan a conocer sus servicios y beneficios el cual está formado por dos caras en la primera va el nombre de la empresa o evento del cual quieras dar a conocer, direcciones, teléfonos y fechas.

**TECNICA.**

Conjunto de procedimientos o recursos que se usan en un arte, en una ciencia o en una actividad determinada, en especial cuando se adquieren por medio de su práctica y requieren habilidad.

## BIBLIOGRAFÍA

- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C. y Baptista Lucio, P. (2014) *Metodología de la Investigación*. Sexta Edición. México, D.F. McGraw-Hill, S.A. de C.V.
- Piloña Ortiz, G. A. (2011). *Guía práctica sobre métodos y técnicas de investigación documental y de campo*. 8ª. ed. Guatemala, GP Editores.
- Cabezas Horacio. (2006). *Metodología de la Investigación*. Novena Edición, Guatemala, Piedra Santa.

## E-GRAFÍA

Definición De (2017). *Definición de Acción*. Recuperado de:  
<https://definicion.de/menu/letra-A/>

Definición De (2017). *Definición de Afiche*. Recuperado de:  
<https://definicion.de/menu/letra-A/>

Definición De (2017). *Definición de Banner*. Recuperado de:  
<https://definicion.de/menu/letra-B/>

Definición De (2017). *Definición de Beca*. Recuperado de:  
<https://definicion.de/menu/letra-B/>

Definición De (2017). *Definición de Comunicación*. Recuperado de:  
<https://definicion.de/menu/letra-C/>

Definición De (2017). *Definición de Cronograma*. Recuperado de:  
<https://definicion.de/menu/letra-C/>

Definición De (2017). *Definición de Demografía*. Recuperado de:  
<https://definicion.de/menu/letra-D/>

Definición De (2017). *Definición de Diagnostico*. Recuperado de:  
<https://definicion.de/menu/letra-D/>

Definición De (2017). *Definición de Estrategia*. Recuperado de:  
<https://definicion.de/menu/letra-E/>

Definición De (2017). *Definición de Fan Page*. Recuperado de:  
<https://definicion.de/menu/letra-F/>

Definición De (2017). *Definición de Gráfica*. Recuperado de:  
<https://definicion.de/menu/letra-G/>

CONCEPTODEFINICION.DE (2017). *Definición de Material P.O.P*. Recuperado de:  
<http://conceptodefinicion.de/material-p-o-p/>

Definición De (2017). *Definición de Tríptico*. Recuperado de:  
<https://definicion.de/menu/letra-T/>

Definición De (2017). *Definición de Técnica*. Recuperado de:  
<https://definicion.de/menu/letra-T/>



## ANEXOS

### Ficha de Entrevista

Ficha de Entrevista			
Entrevistado:	Jessian López	Fecha:	marzo de 2,017
Puesto:	Secretaria de la Sección Socioeconómica de la Universidad de San Carlos de Guatemala.	Hora:	11:30 a.m.
Entrevistador:	Juan José Chang Marroquín	Tema:	Función de la Sección Socioeconómica.
<u>Tipo de Entrevista: Estructurada tipo focalizada.</u>			
Preguntas:			
<ul style="list-style-type: none"><li>• ¿Qué medios de comunicación utilizan para dar a conocer el departamento de becas internas de la Universidad de San Carlos?</li><li>• ¿Cuáles son los requisitos que debe cumplir un alumno para optar a una beca?</li><li>• ¿Cree usted que los medios de comunicación que utilizan para dar a conocer el departamento de becas internas tiene el alcance que ustedes desearían?</li><li>• ¿Qué medio de comunicación es el que más utilizan los estudiantes para enterarse del programa de becas internas?</li><li>• ¿usted cree que la página web de la institución está bien enriquecida de información?</li></ul>			

Fuente: elaboración propia.

## **Transcripción Completa de Entrevista**

Entrevista a Jessian Lopez Guardado, secretaria de la sección socioeconómica y de becas internas de la USAC.

➤ **¿Qué medios de comunicación utilizan para dar a conocer el departamento de becas internas de la Universidad de San Carlos?**

- Se utiliza la página web (<http://sseusac.wixsite.com/becas-usac>) redes sociales como Facebook, Twitter y también se les llama por teléfono a los estudiantes o se les manda un correo electrónico, y se maneja un sistema llamado estudiante becas, donde se le notifica al estudiante cuando llena el contrato y se le notifica automáticamente vía correo electrónico si su beca fue autorizada.

➤ **¿Cuáles son los requisitos que debe cumplir un alumno para optar a una beca?**

- El primer requisito es estar inscrito en el año en curso en la Universidad de San Carlos, luego se ingresa a la página web (<http://sseusac.wixsite.com/becas-usac>) se ingresa el número de carné, el número de usuario (que es el pin) luego se llena un formulario, que prácticamente es una ficha socioeconómica, donde se le pide al estudiante todos sus datos personales y académicos, luego este formulario se imprime y se verifica la fecha de recepción de papelería, habiendo entregado la papelería en las oficinas (Edificio Bienestar Estudiantil, 3er nivel) se le da al estudiante una fecha para realizarle una entrevista, luego de esta entrevista se le notifica al estudiante si aplica o no a la beca que solicita.

➤ **¿Considera usted que los medios de comunicación que utilizan para dar a conocer el departamento de becas internas tiene el alcance que ustedes desearían?**

- Sinceramente creo que no, en cuanto a que los estudiantes de las diversas facultades y escuelas estén enterados de que el programa de becas está disponible para el que lo requiera, se hace bastante difícil, ya que nos tenemos

que abocar a los directores de las escuelas y decano de facultades, para que ellos difundan la información en sus páginas web internas de cada facultad o escuela. Dicho lo anterior nos damos cuenta que la publicidad de la institución no es muy efectiva, incluso algunos alumnos no saben el link de la página de la Universidad menos el del departamento socioeconómico y de becas internas.

- **¿Qué medio de comunicación es el que más utilizan los estudiantes para enterarse del programa de becas internas?**
  - Redes sociales, es este caso Facebook, allí se enteran de fechas de recepción de documentos y fechas de entrevistas.
- **¿Usted considera que la página web de la institución está bien enriquecida de información?**
  - Si, aunque creo que falta darle un seguimiento y mantenerla actualizada, también fortalecer la retroalimentación entre la institución y los estudiantes para que estén más enterados acerca de los requisitos para optar a una beca.

## Modelo de Encuesta



UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACION



Ejercicio profesional supervisado –EPS– licenciatura en ciencias de la comunicación

La siguiente encuesta tiene como objetivo obtener datos estadísticos, que buscan mejorar la comunicación externa del plan de becas internas de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

**Instrucciones.** Marque con una X la respuesta que usted considere adecuada.

1. ¿Sabe usted que la Universidad cuenta con un plan de becas internas que busca favorecer a los estudiantes de escasos recursos?

Sí  No

2. ¿Se ha beneficiado en algún momento con este plan?

Sí  No

3. ¿considera usted que las becas internas son un buen recurso para ayudar al estudiante?

Sí  No

4. ¿Está usted de acuerdo que la Universidad incremente el presupuesto asignado al plan de becas internas?

Sí  No

5. ¿Ha visto usted publicidad o publicaciones acerca de esta entidad Universitaria?

Sí  No

6. ¿A través de qué medios le gustaría recibir información acerca del departamento de becas internas?

---

---

---

**7. Si su respuesta anterior fue sí, en qué medio de difusión la observó:**

---

---

---

**8. ¿Qué medio de comunicación utiliza con más frecuencia para mantenerse al tanto de medios relacionados con la Universidad?**

Página Web      Facebook      Twitter      Páginas Oficiales de la ECC.

**9. ¿Cuál es su opinión acerca de la imagen actual del plan de becas internas de la UASC?**

Excelente      Bueno      Regular      Malo      Debe mejorar

**10. ¿Sabe usted que el plan de becas internas de la USAC cuenta con una página web?**

Si      No

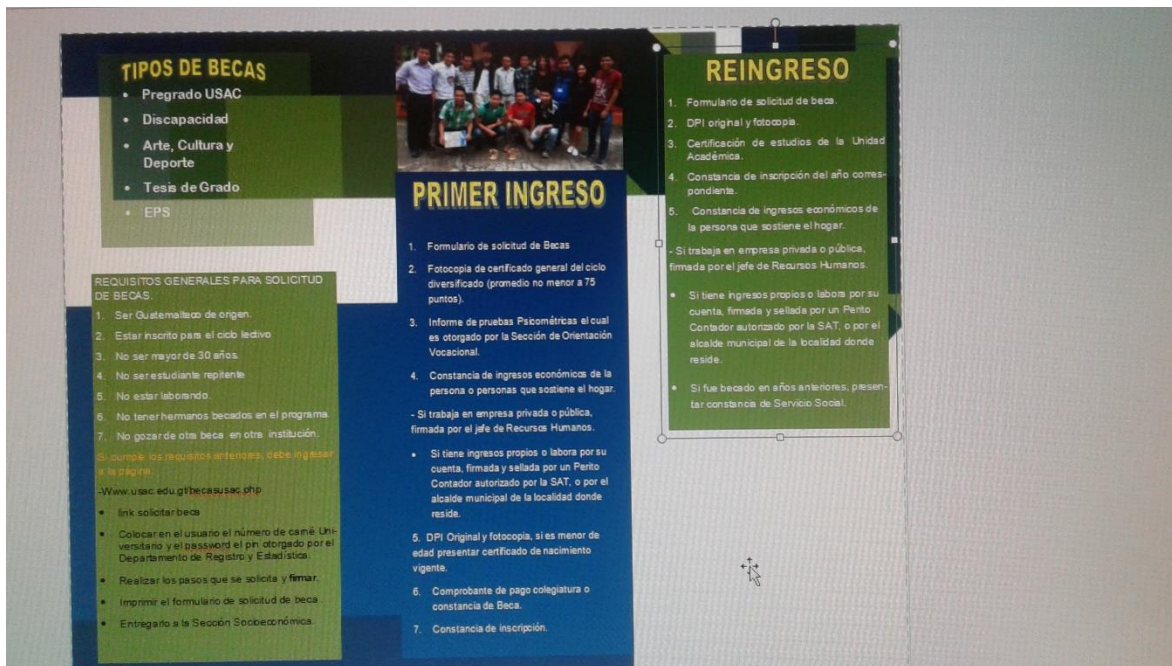
## Documentación Fotográfica



Cintillo digital con hipervínculo, publicado en la página principal de la Universidad de San Carlos de Guatemala, realizado por el epesista Juan José Chang, Junio, 2017.



Cintillo digital con hipervínculo, publicado en la página principal de la Universidad de San Carlos de Guatemala, realizado por el epesista Juan José Chang, Junio, 2017.



Diseño de trífoliar para sección socioeconómica de la Universidad de San Carlos de Guatemala, realizado por epesista Juan José Chang. Julio, 2017.


**SECCIÓN  
SOCIO-  
ECONÓMICA**  
 Universidad de San Carlos  
de Guatemala

**Becas de  
Discapacidad  
USAC**



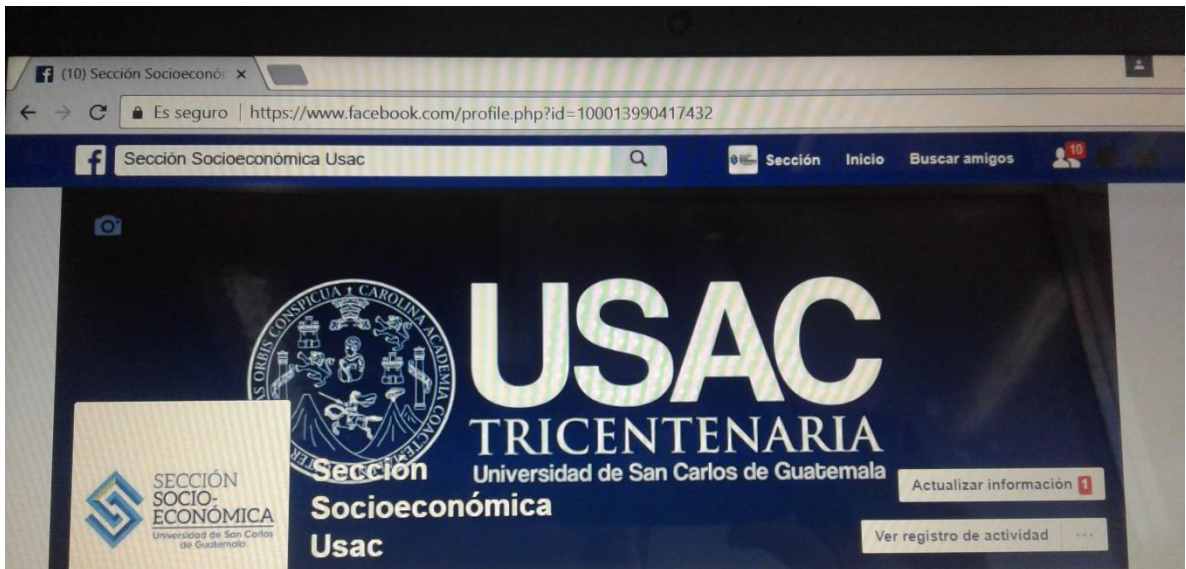
Edificio de Ciencias Sociales, 3er Nivel, Oficina 302  
 Ciudad de Guatemala  
 Teléfono: 2418-9032 / 2418-9032 / 2418-0000  
[becas@usac.edu.gt](mailto:becas@usac.edu.gt)  
[usac.edu.gt/becasusac.php](http://usac.edu.gt/becasusac.php)


**USAC**  
 TRICENTENARIA


**EPS**  
 LICENCIATURA

*Afiche informativo diseñado por el epesista Juan José Chang, para informar respecto a las Becas de Discapacidad. Julio 2017.*





Nueva imagen de la fanpage de Facebook diseñada por el epesista Juan José Chang para renovar la imagen en esta red social. Julio, 2017.




**SECCIÓN SOCIO-ECONÓMICA**  
 Universidad de San Carlos de Guatemala

## BECAS RE-INGRESO

RECEPCIÓN DE PAPELERIA DEL 1 AL 17 DE SEPTIEMBRE

**REQUISITOS:**

- 1) llenar formulario de solicitud de Beca.
- 2) DPI Original y fotocopia.
- 3) Certificación de estudios de la Unidad Académica.
- 4) Constancia de inscripción del año en curso.
- 5) Constancia de ingresos económicos de la persona que sostiene el hogar (si trabaja en empresa privada o pública, tiene que estar firmada por el jefe de Recursos Humanos).

- Si tiene ingresos propios o labora por su cuenta, firmada y sellada por un perito contador autorizado por la SAT, o por el alcalde municipal de la localidad donde reside.

- Si fue Becado en años anteriores, debe presentar constancia de Servicio Social.

DESCARGAR FORMULARIO EN: [Usac.edu.gt/becasusac.php](http://Usac.edu.gt/becasusac.php)  
[becasse@usac.edu.gt](mailto:becasse@usac.edu.gt)






**SECCIÓN SOCIO-ECONÓMICA**  
 Universidad de San Carlos de Guatemala

## BECAS-REINGRESO USAC

[Usac.edu.gt/becasusac.php](http://Usac.edu.gt/becasusac.php)  
[becasse@usac.edu.gt](mailto:becasse@usac.edu.gt)

Posts informativos para Facebook, diseñados y publicados en dicha red social por el epesista Juan José Chang. Julio, 2017.



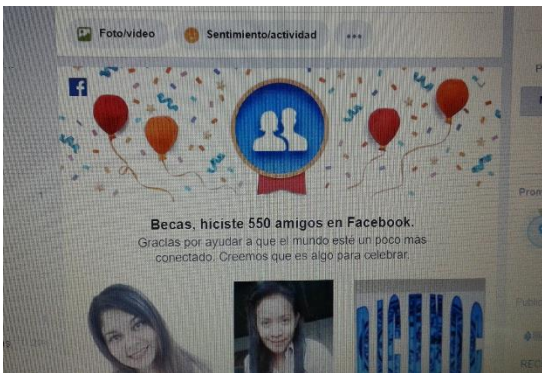
Una discapacidad no es una dificultad para no estudiar



**BECAS** De Discapacidad USAC



Posts informativos para Facebook, diseñados y publicados en dicha red social por el epepista Juan José Chang. Julio, 2017.



Aumento en el número de amigos en la red social Facebook en el tiempo en que la página fue administrada por el epeista Juan José Chang. Julio, 2017.



Entrega de material impreso P.O.P. (Point of Purchase) a Anselma Jauregui, Directora de la Sección Socioeconómica de la Universidad de San Carlos de Guatemala. Material diseñado por el epesista Juan José Chang. Julio, 2017.



Presentación del “Plan de Comunicación Externa para la Sección Socioeconómica de la Universidad de San Carlos de Guatemala” al personal de dicha institución realizada por el epesista Juan José Chang. Julio, 2017.



Entrega y presentación del “Plan de Comunicación Externa para la Sección Socioeconómica de la Universidad de San Carlos de Guatemala” a la Directora de dicha institución y a la Licda. Sandra Hernández, Asesora del EPS de Licenciatura, realizado por el epesista Juan José Chang. Julio, 2017.

# Ficha de Registro de Horas



**EPS**  
LICENCIATURA

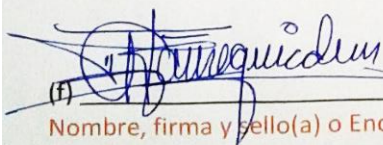
**Universidad de San Carlos de Guatemala**  
Escuela de Ciencias de la Comunicación  
Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura 2017



## Ficha de Registro de horas de Práctica Profesional Supervisada

**Nombre del Alumno (a):** Juan José Chang Marroquín  
**No. Carné y DPI:** Carné 200619073 / DPI 1587919832011  
**Jefe o Encargado (a):** Licda. Anselma Jáuregui Contreras  
**Institución o Empresa:** Sección Socioeconómica de la Universidad de San Carlos  
**Supervisor de EPSL:** Licda. Sandra Hernández.

Sem. No.	Fechas	MES	HORAS PRACTICADAS						Total horas en la Semana
			Lun.	Mar.	Mier.	Jue.	Vie.	Sáb.	
1	Del: 01 / Al: 02	junio	x	x	5	5	5	x	15
2	Del: 05/ Al: 09	junio	5	6	5	6	6	x	28
3	Del: 12 / Al: 16	junio	6	6	7	6	7	x	32
4	Del: 19 / Al: 23	junio	7	6	7	6	7	x	33
5	Del: 26/ Al: 30	junio	6	6	7	6	7	x	32
6	Del: 03 / Al: 07	Julio	6	6	7	6	7	x	32
7	Del: 10 / Al: 14	Julio	6	7	6	6	7	x	32
8	Del: 17 / Al: 21	Julio	6	6	7	6	7	x	32
9	Del: 24 / Al: 28	Julio	7	6	7	6	6	x	32
10	Del: 31 / Al: 04	Agosto	6	7	6	6	7	x	32
<b>TOTAL DE HORAS DE PRÁCTICA REGISTRADAS</b>									300 hrs.

(f)   
Nombre, firma y sello(a) o Encargado



(f) \_\_\_\_\_  
Nombre Supervisor – Supervisor EPSL

