



UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
Escuela de Ciencias de la Comunicación



Ejercicio Profesional Supervisado

**Diagnóstico y estrategia de comunicación de la imagen institucional para
la Escuela de Trabajo Social de la Universidad de San Carlos de
Guatemala**

Presentado por
Paula Alejandra Galdámez Pineda

Guatemala, 2 de octubre del 2020.



**Diagnóstico y estrategia de comunicación de la imagen institucional para
la Escuela de Trabajo Social de la Universidad de San Carlos de
Guatemala**

Universidad de San Carlos de Guatemala

Escuela de Ciencias de la Comunicación

Director

Lic. César Augusto Paiz Fernández

Consejo Directivo

Representantes Docentes

M.A. Regina Miranda

Lic. Gustavo Yela

Representantes Estudiantiles

Heber Escobar

Gabriela Menegazzo

Secretaría

Lic. Héctor Salvatierra

Comisión de EPS

Coordinador

Dr. José María Torres Carrera

Supervisora

M.A. Evelin Morazán Gaitán

Supervisor 1

Lic. Luis Fernando Lucero

Supervisor 2

M.A. Marvin Sarmientos Yuman

Supervisora 3

M.A. Evelin Hernández

Supervisora 4

Licda. Krista Ramírez

Supervisora 5

Licda. Brenda Yanira Chacón

Supervisores 6

Lic. Mynor Martínez y

M.A. Edgar Martínez García



Comunicación
creando futuro

Guatemala, octubre 22 de 2020

Estudiante de EPS de Licenciatura
Paula Alejandra Galdámez Pineda
Carné No. 201513442
Presente.

Para su conocimiento y efectos se hace constar que:

Luego de evaluado su trabajo académico impreso y de manera virtual titulado: **“Diagnóstico y Estrategia de Comunicación de la Imagen Institucional para la Escuela de Trabajo Social de la Universidad de San Carlos de Guatemala”** y de haber sustentado el examen privado y defensa de su proyecto de EPS, de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, se aprueba por unanimidad por parte del Tribunal Examinador.

Por tanto, se autoriza el trabajo final en el acta de cierre respectiva e impresión de su trabajo final de EPSL en un número de cinco (5) ejemplares impresos; así como tres (3) CD's con el documento incluido en formato PDF, los cuales deberá entregar a la Biblioteca Flavio Herrera, Biblioteca Central y a la Coordinación de EPSL de la E.C.C.

Sin más que hacer constar:

“ID Y ENSEÑAD A TODOS”

Licda. Krista María Ramírez Nájera
Supervisora

M.A. Evelin Morazán
Supervisora

Dr. José María Torres Carrera
Coordinador





Guatemala 29 de mayo del 2020
EPSL-C38-2020

Licenciada:
Alma Lilian Rodríguez
Directora
Escuela de Trabajo Social
Universidad de San Carlos de Guatemala
Ciudad Guatemala.

Distinguida Licenciada Rodríguez:

Por medio de la presente se solicita aceptar como practicante del programa de graduación del EPS de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, a la estudiante **Paula Alejandra Galdámez Pineda**, carné no. **201513442** quién manifestó su deseo de hacer Práctica Supervisada en su institución. Por disposiciones superiores en la Universidad de San Carlos de Guatemala, para el efecto se requiere lo siguiente:

- Extenderle, por favor una carta de aceptación y trabajar por *medios electrónicos y plataformas virtuales*.
- Facilitarle los materiales para hacer su práctica.
- Aceptar que dentro del Plan y Estrategia de Comunicación del 2020 de su institución, y que la estudiante tenga la oportunidad de hacer un diagnóstico con *medios electrónicos o plataformas virtuales*, elaborar un plan y ejecutar una estrategia, que ayude al proceso de comunicación Interna o Externa de su institución.
- Autorizar que se supervise el Ejercicio Profesional –EPSL. cuando las condiciones sanitarias lo permitan por la emergencia Sanitaria actual por el COVID-19.
- Que se autorice el informe final de resultados de dicha investigación.

Atentamente,

"ID Y ENSEÑA A TODOS"

Dr. José María Torres Carrera
Coordinador EPS Licenciatura en Ciencias de la Comunicación

cc. Archivo
MA. Evelin Morazán

Escuela de Ciencias de la Comunicación
Edificio M2, Ciudad Universitaria USAC
Zona 12, Ciudad de Guatemala, C.A.
www.comunicacion.usac.edu.gt

(502) 2418-8920





UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
ESCUELA DE TRABAJO SOCIAL

Edificio S-1 – Segundo Nivel Ciudad Universitaria Zona 12, Guatemala Centroamérica
PBX (502) 24439500 – (502) 24188000 Extensiones 1441- 1454 -1458 - 1459

Teléfono (502) 24188850

<http://www.trabajosocial.usac.edu.gt>



REF. DEXT-129/2020
Guatemala, 14 de julio 2020

Doctor
José María Torres Carrera
Coordinador EPS
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Universidad de San Carlos de Guatemala
Presente

Respetable Doctor Torres:

Reciba un cordial saludo de la Unidad de Relaciones Públicas de la Escuela de Trabajo Social de esta Casa de Estudios.

Por este medio se hace constar que la Escuela de Trabajo Social, autoriza para que la estudiante: Paula Alejandra Galdámez Pineda, quien se identifica con número de carné: 201513442 realice su Ejercicio Profesional Supervisado en la Unidad de Relaciones Públicas de esta Unidad Académica.

Al agradecer su atención a la presente, me despido cordialmente

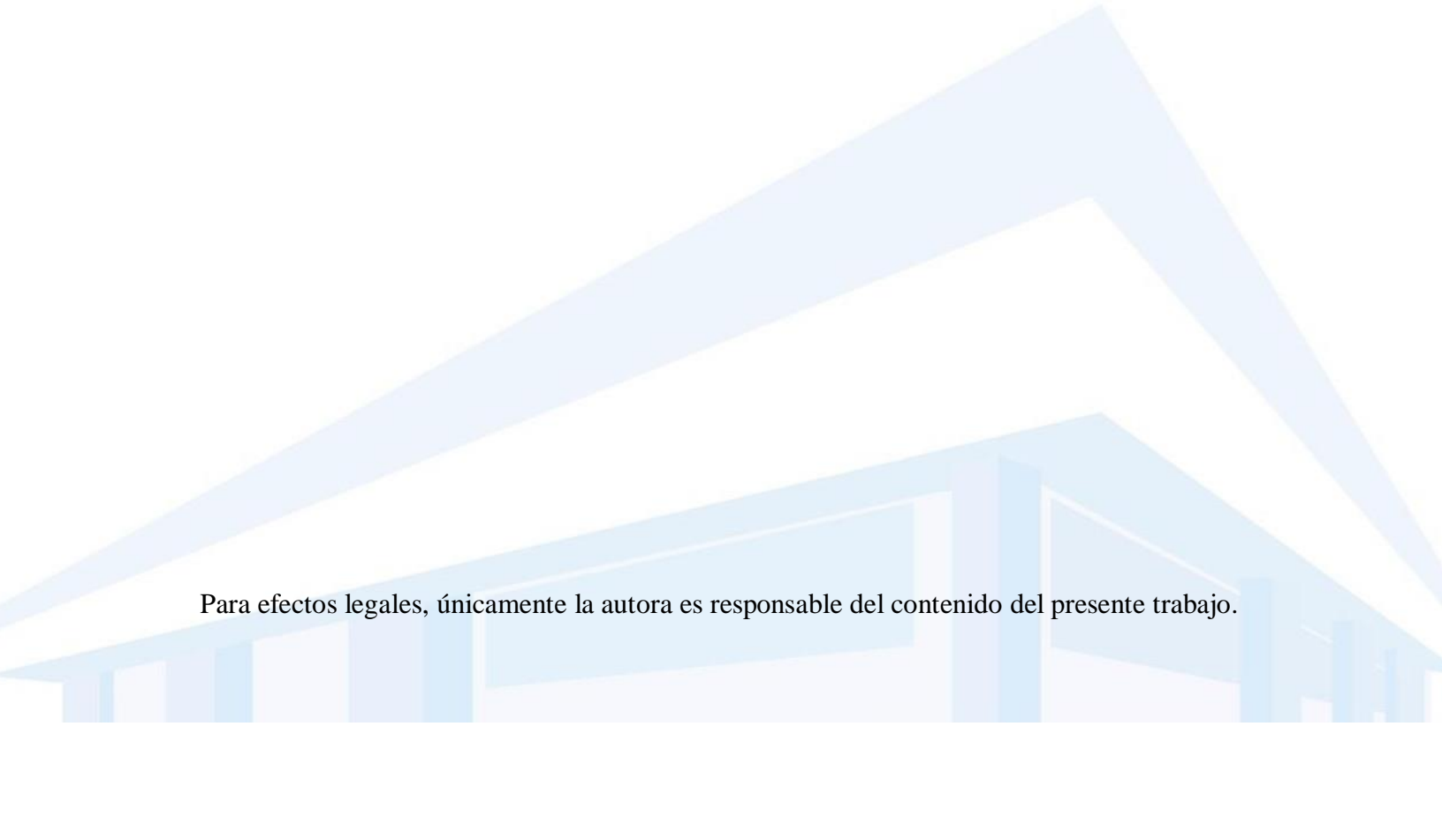
"Id y enseñad a todos"

MSc. Marco Antonio Rosales
Unidad de Relaciones Públicas



MAR/ceci
c.c. Archivo



The bottom of the page features a decorative graphic consisting of several overlapping, semi-transparent blue shapes. These shapes form a stylized, abstract architectural or geometric pattern, with a prominent peak on the right side and a series of vertical and horizontal lines below it, suggesting a building or a modern design element.

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

Dedicatoria

A Dios

Por sobre todas las cosas, por permitirme la vida, por la protección y la sabiduría.

A mis padres

A mi madre, Paula del Carmen Pineda Amaya, por ser mí soporte constante, mi motor de vida y experiencia. Por su esfuerzo diario, por el amor, por la lucha juntas.

A mi padre, Rony Leonardo Galdámez Cifuentes, por ser ejemplo de perseverancia, constancia, por el apoyo y el amor que me has brindado.

A mi hermano

Rony Galdámez Pineda, por el apoyo incondicional desde siempre.

A mi novio

Diego Molina, por ser todo y más. Por tu amor, apoyo y soporte incondicional desde siempre.

A mis amigos

Eva Flores, por la confianza, amistad, cariño y soporte incondicional. Yaneth Chávez y Oscar Sinay por la paciencia, la perseverancia y compañía en este camino.

Agradecimientos

A mis catedráticos de la Escuela de Ciencias de la Comunicación

A quienes me acompañaron desde el inicio de la carrera hasta ahora, por las enseñanzas, las correcciones, la dedicación, profesionalismo y cariño.

A la coordinación del Ejercicio Profesional Supervisado

En especial a Máster Evelyn Morazán, Doctor José María Torres y mi supervisora Krista Ramírez, por la comprensión, los ánimos y el apoyo.

A la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala, docentes y personal administrativo

Por permitirme el ingreso al Alma Máter y el experimentar la vida estudiantil junto a los catedráticos, amigos y compañeros.

A la Escuela de Trabajo Social

Por el apoyo en la realización del ejercicio profesional supervisado, por permitirme desarrollar y poner en práctica todo el conocimiento.

A los estudiantes de la Escuela de Trabajo Social

En especial a Candy Gomez Vásquez, por toda la ayuda, explicación y paciencia a lo largo de todo el proceso de EPS.

A mis compañeros de EPS

En especial a Edgar Soto por el apoyo, las desveladas y el compañerismo mostrado en la realización del ejercicio profesional supervisado.

Índice

Introducción	XIV
Antecedentes	XV
Justificación	XVI
Capítulo I	20
Diagnóstico de Comunicación	20
1.1 Institución	20
1.2 Perfil institucional	20
1.3 Ubicación geográfica	20
1.4 Integración y alianzas estratégicas	20
1.5 Origen e historia de la Escuela de Trabajo Social	22
1.6 Departamentos o dependencias de la institución	24
1.7 Organigrama de la institución	27
1.8 Misión	28
1.9 Visión	28
1.10 Objetivos Institucionales	28
1.11 Público objetivo	29
1.12 Diagnóstico	29
1.13 Objetivos del diagnóstico	35
1.13.1 General	35
1.13.2 Específicos	35
1.14 Técnicas de recolección de datos	36
1.15 Observación	36
1.16 Documentación	40
1.17 Entrevistas a profundidad	41
1.18 FODA	42
1.18.1 Fortalezas	42
1.18.2 Oportunidades	42
1.18.3 Debilidades	42

1.18.4 Amenazas	43
1.19 Problemas detectados	43
1.20 Proyecto a desarrollar	45
Capitulo II	47
Plan estratégico de comunicación	47
2.1 Plan estratégico de comunicación	47
2.2 Descripción técnica de la Estrategia del proyecto	48
2.2.1 Producto 1: Manual de Comunicación Institucional	48
2.2.2 Producto 2: Campaña de acreditación del nivel grado de Licenciatura de la Escuela de Trabajo Social	50
2.3 Objetivos de la Estrategia	51
2.3.1 Objetivo General	51
2.3.2 Objetivos específicos	51
2.4 Misión	51
2.5 Visión	52
2.6 Elementos comunicacionales que según su diagnóstico aplicará	52
2.7 Alcances y límites de la Estrategia	54
2.8 Actividades para la operatividad de la Estrategia	55
2.9 Cronograma	56
2.9.1 Septiembre 2020, Planificación de Manual de Comunicación Institucional para la Escuela de Trabajo Social de la Universidad de San Carlos de Guatemala.	56
2.9.2 Septiembre 2020, Planificación de Campañas de acreditación hacia la Licenciatura de la Escuela de Trabajo Social de la Universidad de San Carlos de Guatemala.	57
2.10 Financiamiento	58
2.11 Presupuesto	58
2.12 Beneficiarios	59
2.13 Recursos Humanos	59
2.14 Áreas Geográficas de Acción	60
2.15 Cuadro Comparativo de la Estrategia	61
Capitulo III	62
Informe de la ejecución	62
3. Estrategia número 1: Manual de Comunicación Institucional	62
3.1 Objetivos de la propuesta	63

3.2	Importancia	63
3.3	Medio utilizado	65
3.4	Esquema	65
3.5	Área geográfica de impacto	66
3.6	Presupuesto	66
3.7	Comprobación del material	67
3.7.1	Publicación de material	67
3.7.2	Portada del manual	68
3.7.3	Avances del manual	68
3.7.4	<i>Screenshot</i> , del envío de la propuesta nueva del Manual de Comunicación Institucional	69
3.7.5	<i>Screenshot</i> , del envío de la propuesta para la línea de papelería interna.	69
3.7.6	Resultado de la encuesta publicada por medio de <i>google forms</i> .	71
3.7.8	Encabezado de encuesta	71
3.7.9	Preguntas de la encuesta	71
3.7.10	Resultados de la encuesta	73
3.7.9	Área geográfica de impacto	74
3.8	Estrategia número 2: Campaña de Acreditación para la Licenciatura en Trabajo Social	75
3.8.2	Público Objetivo	76
3.8.3	Colores	76
3.8.4	Medio utilizado	77
3.8.5	Área geográfica de impacto	77
3.8.6	Presupuesto	77
3.8.7	Comprobación del material	78
	<i>Screenshot</i> del correo electrónico, se le envían las propuestas finales, estas son aprobadas por el Licenciado Rosales, en fecha 19 de septiembre del 2020.	78
3.8.8	<i>Screenshot</i> del correo electrónico, de la aprobación de la campaña anterior.	79
3.8.9	Artes	79
3.8.9.1	Flyer 1	80
3.8.9.2	Flyer 2	80
3.8.9.3	Flyer 3	81
3.8.9.4	Flyer 4	81
3.8.9.5	Flyer 5	82

3.8.9.5 Flyer 6	82
3.8.10 Mapa mental de ideas de campaña gráfica	83
3.9 Programación y calendarización	83
Esta programación detalla el inicio del proceso del ejercicio profesional supervisado, desde el inicio de asignación hasta la entrega de la ejecución del plan de comunicación	83
3.10 Programación y calendarización de conferencias de contenido para el enriquecimiento de la parte teórica, planificación otorgada por la coordinación del Ejercicio Profesional Supervisado.	89
Conclusiones	92
Recomendaciones	93
Bibliografía	95
Anexos	97
Anexo 1. Organigrama General, Escuela de Trabajo Social. USAC	97
Anexo 2. Organigrama Específico, Unidad de Extensión y Relaciones Públicas.	98
Anexo 3. Monitoreo redes sociales.	99
Fecha: 26/05/2020, <i>Facebook</i>	99
Anexo 4. Monitoreo redes sociales.	99
Fecha: 26/05/2020, <i>Instagram</i>	99
Anexo 5. Página Web. Escuela de Trabajo Social de la Universidad de San Carlos de Guatemala.	100
Anexo 6.	101
Formato de entrevista Semi-estructurada, aplicada al Licenciado Marco Rosales	101
Anexo 7.	102
Guía de observación y control de redes sociales.	102
Anexo 8.	103
Guía de observación, dirigida a la página web institucional	103
Anexo 9	104
Transcripción de puntos importantes sobre las entrevistas realizadas al Licenciado Marco Rosales, de la Escuela de Trabajo Social.	104
Primeros contactos, vía telefónica.	104
Anexo 10.	105
Fotografía, edificio S1, USAC. Campus Central.	105
Portada de la Página de <i>Facebook</i> , extraída el 25 de mayo 2020.	105

Anexo 11.	105
Croquis, Ubicación del edificio	105
Anexo 12	106
Constancia de Cursos, ETS	106
Anexo 13	107
Calendario actividades regulares, ETS	107
Anexo 14	107
Captura, presupuesto asignado a la Escuela de Trabajo Social 2019-2020. Punto cuarto, inciso 4.3, Acta No. 36-2018 del 28 noviembre 2018.	107
Anexo 15	108
Conferencias de coordinación EPS para estudiantes	108
Anexo 16	109
Resultados encuesta divulgada por medio de <i>google forms</i>	109
Anexo 17, resultados de la encuesta sobre el modelo de papelería interna	109
Anexo 18,	110
Resultados del contenido dsobre los documentos emitidos por la Escuela de Trabajo Social	110
Anexo 19	110
Resultados, encuesta. Pregunta abierta	110
Anexo 20	111
Tabulación de información, resultados de encuesta.	111
Anexo 21	111
Planificación por parte de la coordinación del ejercicio profesional supervisado para el año 2020	111
Anexo 22	112
Conferencias del mes de agosto, planificadas por coordinación del EPS	112
Anexo 23	113
Cotización, diseñador Gráfico. Ed del Cid	113
Anexo 24:	114
Portafolio, Ed del Cid	114
Anexo 25	115
Cotización por Soy502, agencia publicitaria	115
Anexo 26	116

Especificaciones de formatos, Soy 502	116
Anexo 27	117
Encabezado y pie del página para la línea de papelería interna de la Escuela de Trabajo Social de la Universidad de San Carlos de Guatemala.	117

Introducción

La comunicación, siempre ha sido un factor de alta importancia, esta puede ser aplicada a la vida diaria, laboral, estudiantil o comercial. En la actualidad estas relaciones de intercambio de información se han enlazado a los medios digitales, siendo estas páginas web, blogs, redes sociales de entretenimiento, información o comerciales; teniendo la base que los públicos de cualquier institución son internos y externos, ambos mantienen necesidades y demandas que satisfacer en cuanto a la comunicación y acciones de organización de acuerdo a los objetivos de la organización.

Sin embargo, las relaciones interpersonales se han visto afectadas a nivel mundial por la pandemia Covid-19, la cual ha venido a evolucionar los procesos y herramientas para mejorar las estructuras y direcciones basadas en el cumplimiento de aspectos que determina la institución. Para ello se presenta el diagnóstico de comunicación aplicado a la Escuela de Trabajo Social de la Universidad de San Carlos de Guatemala, con el objetivo de identificar los problemas externos, realizando observación y monitoreo para determinar las principales necesidades de cambio.

Obteniendo así, resultados de deficiencia en los procesos actuales, buscando una próxima resolución en materia de ejecución de estrategias para obtener resultados efectivos para la mejora continua de funciones, capacidades y organización. Dicho diagnóstico determina las áreas de interrelación en las cuales los cambios se deben establecer por medio de lineamientos y estructuras con el fin de cumplir medidas de corrección y mejora.

Antecedentes

El desarrollo y evolución de la comunicación, a través de redes sociales ha mantenido constantes cambios que determinan impulsos estos orientan decisiones los cuales, llevan a la institución hacia adaptaciones que orientan hacia modos de dirección y estructuras a seguir.

Para el contexto del 2020 y los cambios radicales hacia la materialización de medios digitales, el sentido de confrontar situaciones no estipuladas, determina a la comunicación como crisis absoluta, en este sentido, los riesgos en comunicación son inminentes pero rescatables, lo cual depende de una organización, planificación y ejecución de estrategias de comunicación como lo indica (Gutiérrez & Brennan, 2011) “el proceso evolutivo ha permitido cambios positivos en la comunicación, que ha pasado de ser una fuente que emite mensajes” desarrollando la eficacia, control y coordinación de cada medida a ejecutar dentro de la estrategia de comunicación.

La institucionalidad de una empresa o institución, es quien dicta el uso y las relaciones públicas de la misma, dentro de la Universidad de San Carlos de Guatemala, la unidad académica de Escuela de Trabajo Social y su constante evolución hacia la tecnología, según (Capriotti, 2013) “La imagen corporativa adquiere una importancia fundamental, creando valor para la empresa y estableciéndose como un activo intangible estratégico de la misma, ya que si una organización crea una imagen en sus públicos”.

Formando la institucionalidad y sus entornos, hacia la línea de medios de comunicación y la evolución electrónica, con el fin de definir una identidad del público con la influencia que puede tener la integración y aplicación de estudios junto a estrategias sociales que permitan obtener resultados exitosos. La comunicación se enfoca como punto clave, en el ambiente digital, siendo este un aspecto fundamental para la organización global de la institución.

Justificación

La comunicación se ha destacado por ser un proceso que constantes modificaciones y se adecua a la situación, generando cambios que garantizan la fluidez de la información. Para ello, la comunicación organizacional no ha sido la excepción. Sin embargo, esta se ha visto afectada a nivel mundial por la pandemia Covid-19, formando crisis que generan un desorden, obligando a reformular las relaciones sociales, comerciales y de producción a través de medios digitales.

La Covid-19 constituirá el caso de comunicación de crisis por excelencia. Reine todas las condiciones: el virus mata, rompe estabilidad, transforma radicalmente las rutinas de las personas y de las organizaciones, exige soluciones urgentes, pone deficiencias existentes al descubierto, conlleva resultados desconocidos, y amenaza con acarrear graves consecuencias para la vida en todos sus aspectos (Canel, 2020)

La sociedad en general ha sufrido el cambio evolutivo pero veloz de la integración hacia tecnología con la rutina de ser humano y una prueba de ello, está siendo la transformación de los procesos para los medios digitales, enlazados a la rapidez, inmediatez, equilibrio y organización. Para ello, los fundamentos de estrategias comunicacionales, a través del tiempo se han estado manejando de manera presencial. Dentro de este proceso de reconstrucción todo se ha materializado a lo intangible y digital, formando desde este ángulo, el cambio de los sistemas de comunicación.

Para ello, la diversidad de procesos y sistemas desarrollados, en el entorno del 2020 y la pandemia, afectó a gran escala los flujos y perspectivas de cambios en comunicación, de un momento a otro, se traslada a medios digitales y redes sociales, formando así la masificación de datos hacia la comunicación externa.

La dimensión social que engloba el entorno digital y la cultura ha determinado el entorno relacional con de las comunicaciones complejas en sociedad, los cuales se manifiestan a través de nuevos colectivos los cuales buscan satisfacer necesidades y expectativas. En el caso de la Escuela de Trabajo Social de la Universidad de San Carlos de Guatemala, el cual optó por determinar clases y procesos administrativos a través de la comunidad digital, sin

embargo, los cambios constantes y el impacto repentino han determinado la dirección de las nuevas maneras de comunicación.

Esta unidad académica ha determinado el uso de plataformas virtuales con el fin de continuar con el proceso de enseñanza para los estudiantes. Así mismo con los recursos para los docentes, simplificando el imprevisto del contexto nacional. Sin embargo, este proceso de adaptación a nivel general para el ser humano logra complementarse con la identidad de un grupo determinado.

Siendo este, un proyecto enfocado a determinar las necesidades de comunicación, el diagnóstico se enfoca en los medios digitales institucionales, redes sociales y sitios web, realizando un monitoreo de como los procesos y funciones se han estado realizando, así mismo determinar las deficiencias para optimizar recursos, complementando información para la siguiente fase del desarrollo del ejercicio profesional supervisado.

Para el marco de la comunicación, este estudio beneficiará al público interno y externo de la Escuela de Trabajo Social de la Universidad de San Carlos de Guatemala, fortaleciendo el sentido de pertenencia, la identidad y la cultura corporativa mejorando las relaciones públicas de la institución.

Capítulo I

Diagnóstico de Comunicación

1.1 Institución

Escuela de Trabajo Social, Universidad de San Carlos de Guatemala (USAC)

1.2 Perfil institucional

La Escuela de Trabajo Social, es una entidad de educación superior pública parte de la Universidad de San Carlos de Guatemala; esta unidad académica tiene sedes en el Centro Universitario de Occidente-CUNOC-, Centro Universitario del Norte-CUNOR-, Centro Universitario de Noroccidente-CUNOROC-, Centro Universitario de Suroccidente-CUNSUROC-, Centro Universitario de Suroriente-CUNSURORI-, Centro Universitario de San Marcos-CUSAM-, Centro Universitario de Petén-CUDEP-. (USAC, 2013)

1.3 Ubicación geográfica

La Escuela de Trabajo Social está ubicada dentro del campus central de la Ciudad Universitaria de la zona 12. Dentro del edificio S-1.

1.4 Integración y alianzas estratégicas

La unidad académica formada por la Escuela de Trabajo Social, es una dependencia de la Universidad de San Carlos de Guatemala, su flujo económico proviene del presupuesto general de la Universidad que es asignado el año en curso para la ejecución del siguiente. 2019-2020. (Ver Anexo 14, Captura, presupuesto asignado a la Escuela de Trabajo Social 2019-2020).

La universidad debe contar con un presupuesto de ingresos y egresos equilibrado para el año 2019 las unidades ejecutoras dispongan con el instrumento que les permita contar con los recursos humanos, materiales y de servicio requeridos para el inicio de los ciclos académicos de las distintas unidades. (USAC S. G., 7)

La Escuela de Trabajo social, tiene asignado un presupuesto total de Q.14, 383,332.00 (USAC S. G., 7) para la ejecución del año 2020. Con este total se aprueban proyectos de investigaciones, salarios de docentes, fondos de desarrollo, ejecución de planes educativos y mantenimiento de las instalaciones.

“En el año 2004 se crea el departamento de Estudios de Posgrado, debidamente incorporado al Sistema de Estudios de Posgrado de la Universidad de San Carlos de Guatemala, a través del mismo actualmente se imparte una Maestría y Especialidades, autofinanciables” (USAC E. d., 2012).

La Escuela de Trabajo Social, es una unidad académica que mantiene un enfoque holístico-humanista, la cual busca obtener espacios públicos para mejorar la práctica y desarrollo para la preparación del estudiante, se realizan convenios con fundaciones y organizaciones, dentro del proceso se firman cartas de entendimiento, con el fin de habilitar espacios para que el estudiante pueda tener habilitados cupos para el desarrollo teórico-práctico de la carrera, en un tiempo determinado y así centralizar problemas sociales para lograr la resolución de los mismos. La Escuela fortalece alianzas anuales a través de programas como:

1. Feria de Salud Sexual y Reproductiva: un evento dedicado a la capacitación y formación para la mejora de bienestar físico, social y mental relacionado a los aspectos reproductivos del ser humano; dirigido a estudiantes y docentes. Para este evento público, participan organizaciones como Ministerio de Salud Pública, Pasmó, *prudence*, Landa, enfocada a la diversidad; Cruz Roja Guatemalteca entre otras instituciones.

2. Feria de Inclusión en las aulas: este es un programa que se realiza por medio de un festival de capacitación en donde se abordan temas como la estigmatización de la

discapacidad. Para ello cuentan con la participación de Fundabiem, Fundación Margarita Tejada, entre otras.

El objetivo principal de los eventos públicos es formar en el estudiante de Trabajo Social un enfoque social y reproductivo; ya que con los conocimientos obtenidos se espera que al llegar a comunidades estos puedan replicar los conocimientos obtenidos.

1.5 Origen e historia de la Escuela de Trabajo Social

La Escuela de Trabajo Social de la Universidad de San Carlos de Guatemala, surge como unidad académica en el año 1975, con el objetivo de formar profesionales a nivel intermedio. El plan de estudios comprendía en 6 semestres de estudio más uno de Ejercicio profesional supervisado con el fin de la elaboración de una tesis de grado para obtener un título dentro de la escuela.

“Su proceso formativo lo inicio con el sistema de Unidades Integradoras del Conocimiento, el cual se cambió en 1978 al Sistema de Cursos semestrales”. (Escuela de Trabajo Social, 2020). Para 1982 las autoridades de dicha escuela, tanto de campus central como del Occidente-Quetzaltenango, Suchitepéquez y San Marcos se presentan hacia el Consejo Superior Universitario de la Universidad, la propuesta de establecer la Licenciatura en Trabajo Social, enfocada en estudiantes que tenían una carrera intermedia.

Para 1975, la Escuela de Trabajo Social compartía espacios con la Escuela de Historia así como también, asignación presupuestaria, tesorería, reproducción de materiales y almacén. En 1988 la separación de bienes fue autorizada por lo cual la Escuela de Trabajo Social mantuvo el poder de administrar sus recursos de manera directa, con esto se apoyó a los programas de docencia, investigación y extensión.

Parte de la responsabilidad a nivel Escuela dentro de la comunidad universitaria, quienes rigen a estas unidades académicas pasaron de ser “Consejo Académico” a “Consejo

Directivo” conformado por; el Director, dos profesores, dos alumnos y un representante de profesionales. Para 1995, por medio de la Comisión de Readecuación Curricular se diseña el pensum de la Licenciatura en Trabajo Social, el cual entro en vigor desde 1996.

“Con la participación de todos los sectores que integra la Escuela, se formuló un Plan de Desarrollo Académico 2004-2013, el cual fue aprobado por el consejo Directivo el 17 de marzo de 2004”. (Escuela de Trabajo Social, 2020). Dicho plan cuenta con el desarrollo de proyectos de autoevaluación, readecuación curricular el cual se ejecuta de 2005 a 2006.

En la Actualidad la Escuela de Trabajo Social cuenta con la carrera a nivel pregrado “Técnico en gestión social para la atención a la primera infancia” para lo cual, espera formar profesionales integrales que busquen el enfoque hacia los derechos humanos y espacios comunitarios permitiendo estimular bases socioemocionales, biológicas, neurológicas y cognitivas.

Para el nivel grado, la Escuela mantiene la “Licenciatura en Trabajo Social”, la cual involucra ciencias sociales relacionadas a la problemática social en comunidades de carencias económicas, culturales y espirituales, busca orientar y formar el desarrollo humano.

Dentro del nivel postgrado, tiene dos maestrías “Maestría en formulación y evaluación de proyectos para el desarrollo social” y “Maestría en desarrollo humano local y cooperación internacional” junto a dos especializaciones llamadas “Atención social a la niñez y adolescencia desde la justicia” y “Trabajo social en salud y seguridad social”

Sus actuales autoridades se componen de la Directora Licda. Alma Lilian Rodríguez Tello. Secretaria Administrativa, Licda. Mirna Lissette Valle Peralta y Secretaria Académica Licda. Luz Marina López Samayoa.

1.6 Departamentos o dependencias de la institución

La Escuela de Trabajo Social de la Universidad de San Carlos de Guatemala, según el Reglamento General de la Escuela de Trabajo Social:

Es rectora de la enseñanza de Trabajo Social que, mediante los programas de docencia, investigación y extensión, se encarga de formar, en los diferentes niveles de la educación superior y con excelencia académica, profesionales y esta rama que posean capacidad científica y técnica para generar procesos de promoción y organización social que contribuyan a elevar la calidad de vida y los niveles de desarrollo humano en Guatemala. (Escuela de Trabajo Social, Catalogo, Trabajo Social, 2008)

Enfocada en la población guatemalteca, la cual busca formar una sociedad incluyente, democrática y equitativa. Dentro de su funcionamiento, considera las mismas cualidades y atribuciones que las demás escuelas no facultativas, se rigen dentro de las obligaciones dictadas por la Universidad, dicha Escuela es una dependencia de la Rectoría de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

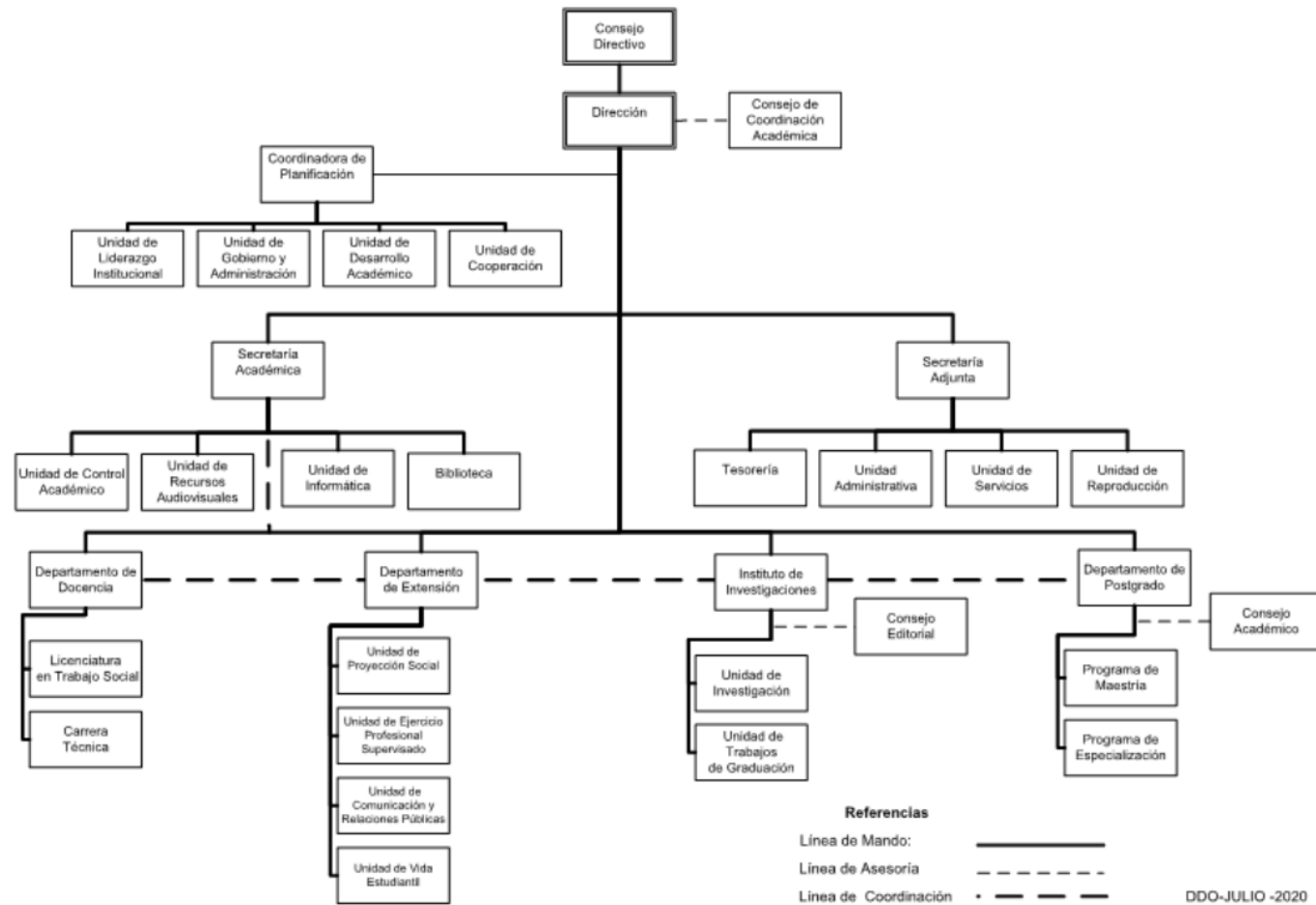
Se presenta tabla de distribución en los departamentos de la Escuela de Trabajo Social de la Universidad de San Carlos de Guatemala, con nombre y descripción de cada uno.

Departamento	Descripción
Consejo Directivo	Funge como la máxima autoridad, está compuesto del Director/a, dos representantes docentes, dos representantes estudiantiles y un representante profesional. Funciona como gobierno, genera lineamientos estratégicos para la administración y desarrollo a nivel estudiantes, docentes y personal. Vela funciones dentro del marco de las leyes y políticas universitarias.
Dirección	Es responsable de ejecutar resoluciones ante el Consejo Directivo, es jefe de la administración y se rige al cumplimiento de la institucionalidad académica de las distintas áreas que conforma a la Escuela de Trabajo Social. Para 2020, la Directora es Licda. Alma Lilian Rodríguez Tello y la extensión telefónica 132, 103; cuenta con e-mail: direts@usac.edu.gt
Secretaría Administrativa	Tiene la función de realizar gestión efectiva aprovechando los recursos humanos, financieros y materiales para lograr el alcance máximo de la productividad y excelencia académica. Dirige a las áreas como equipo secretarial, la tesorería, control académico, el almacén, la biblioteca, centro de cómputo, centro de reproducción de materiales, mensajería y personal de servicio. Se encuentra disponible en la extensión telefónica 116 y 118. Con e-mail secrets@usac.edu.gt
Planificación y desarrollo académico	Es encargada de promover la institucionalidad a nivel académico, administrativo y financiera, así mismo funge como asesora en la ejecución y evaluación dentro de la Escuela de Trabajo Social. La extensión telefónica es 102 y su e-mail es planets@usac.edu.gt
Secretaría Académica	Se dedica a la administración del currículo y actividad académica. Promueve la integración en docencia para la extensión y el alumnado. Su enfoque se centra en el área de formación profesional, centro de investigaciones y audiovisuales. La extensión telefónica es la 135.
Área de formación profesional	Dependencia de la Secretaría Académica dentro del conjunto de departamentos y docentes de la Escuela de Trabajo, su función se enfoca en el desarrollo de dominios teóricos, metodológicos, ontológicos y prácticos del área de Trabajo Social, así mismo a su desempeño en el área profesional. La extensión telefónica es la 135.
Área de formación profesional general	Se compone por medio de los docentes responsables, los cuales ejecutan el currículo de la Escuela de Trabajo Social; por medio de intervenciones técnicas para formar un mayor desempeño profesional. La extensión telefónica: 122.
Departamento de extensión	Responde a complementar la formación del estudiantado de la Escuela, fomentando actividades extracurriculares en materia de ámbito cultural, social, deportivo y de servicio. Brinda atención al estudiante y asesoría. Extensión telefónica 112.
Instituto de Investigaciones	Es el órgano responsable del desarrollo de la actividad académica. Por medio de este departamento la Escuela de Trabajo Social busca la contribución a la formación de investigadores sociales para mejorar el desarrollo y capacidad en la población guatemalteca. Se divide en dos áreas. Investigación Social y Tesis profesionales. Su extensión telefónica es 107 y 108. E-mail invlets@usac.edu.gt .
Centro de Cómputo	Su función se registra por medio de información física y digital de la vida académica de los estudiantes

Control Académico	Su función se registra por medio de información física y digital de la vida académica de los estudiantes
Biblioteca Joaquín Noval	Es la unidad responsable del mantenimiento y protección de materiales de apoyo a investigación y docencia.
Medios Audio Visuales	Se encarga del cuidado y administración del equipo audiovisual.
Almacén	Es la unidad encargada de suministrar material de registro y control para el personal docente y administrativo para la ejecución de distintos trámites.
Tesorería	Es una unidad administrativa y financiera, encargada de los recursos institucionales y presupuestarios.

Fuente: (Escuela de Trabajo Social, 2020)

1.7 Organigrama de la institución



Fuente: Sitio Web, Escuela de Trabajo Social 2020, USAC

Ver Anexo 1

1.8 Misión

La Escuela de Trabajo Social, es la institución de educación superior universitaria enfocada a la integración y desarrollo elevando la calidad de vida de la población guatemalteca.

“Somos una comunidad académica rectora en la formación de profesionales de Trabajo Social que se proyecta a la población guatemalteca, incidiendo en la construcción de una sociedad democrática, incluyente y equitativa”. (Escuela de Trabajo Social, 2020)

1.9 Visión

“Consolidarnos como una institución líder con compromiso ético político en la generación del conocimiento, la proyección social y la formación de profesionales de Trabajo Social con pensamiento crítico; oferta académica diversidad e innovadora, para incidir en el desarrollo humano.”. (Escuela de Trabajo Social, 2020)

1.10 Objetivos Institucionales

1. “Orientar los proceso de enseñanza-aprendizaje para desarrollar en los/las estudiantes, destrezas, habilidades, aptitudes y actitudes inherentes al perfil de la profesión, en beneficio de la sociedad guatemalteca.
2. Vincular a la Escuela de Trabajo Social con la sociedad guatemalteca, a través de actividades de extensión universitaria.
3. Formar profesionales con actitud crítica, reflexiva, ética y con alto espíritu de solidaridad, en el nivel de pre-grado, grado y posgrado; capacitados para invertir objetiva y oportunamente en la atención de la problemática social.
4. Promover la modernización permanente del sistema académica y administrativa de la Escuela de Trabajo Social, para fortalecer el desarrollo institucional con la participación de los diferentes sectores que lo integran.

5. Propiciar un proceso permanente de superación de los sectores que integran la Escuela de Trabajo Social para su fortalecimiento y desarrollo.
6. Establecer vincular de cooperación con entidades nacionales e internacionales que contribuyan al desarrollo académico-administrativo de la Escuela de Trabajo Social” (Escuela de Trabajo Social, 2020)

1.11 Público objetivo

Estudiantes que buscan formar una carrera profesional integral enfocada a la formación de derechos humanos; orientados a estimular atención solida dentro de la sociedad.

Dentro de la Universidad de San Carlos de Guatemala, su público objetivo son aquellos estudiantes interesados en inscribirse en el técnico universitario “Gestión Social para la atención a la primera infancia”. Los estudiantes en la carrera de “Licenciatura en Trabajo Social” y los inscritos en las maestrías “formulación y evaluación de proyectos para el desarrollo social” y “desarrollo humano local y cooperación internacional”.

Su foco objetivo, se encuentra en el público académico de la Universidad de San Carlos de Guatemala, entre ellos docentes, estudiantes, egresados, personal empleadores, administrativos, autoridades y organizaciones enlazadas hacia la Escuela de Trabajo Social, así como de las distintas dependencias dentro de la USAC, externo como interesado a inscripción dentro de pensum de estudios, proveedores, medios de comunicación y directivo del Consejo Superior Universitario.

1.12 Diagnóstico

“El nuevo coronavirus que emergió por primera vez en la provincia de Hubei, en el centro de China, ya se expandió a todo los continentes excepto la Antártica. Conocido como Covid-19, se trata de una infección respiratoria que comienza con tos seca, puede provocar falta de aire” (Mundo, 2020).

Para el 13 de marzo del 2020, el primer caso de Covid-19 se presenta en Guatemala, para lo cual las autoridades notificaron al pueblo guatemalteco y pidieron a la misma mantener calma y medidas de higiene. A partir de esta fecha, el cambio en la rutina de la población ha sido cambiante, se implementa la cuarentena, se cierran oficinas, centros comerciales y lugares de concentración pública.

Luego del cierre parcial de la mayoría de lugares y la sociedad comienza un giro hacia los medios digitales y de comunicación, convirtiéndolos en prioridad para la efectividad de empresas, corporaciones y funciones estatales. Así mismo abriendo brecha hacia la continuidad de la revolución digital.

La pandemia de la Covid-19 es, de esta forma, un enorme jaque a nuestra sociedad porque la globalización había llevado precisamente la interacción humana (material y virtual) a su máximo nivel; el que permitió, concretamente, la muy rápida propagación del virus por todo el planeta. Pero, parafraseando a Karl Marx, el capitalismo revoluciona continuamente las relaciones de interacción humana, y también, por tanto, las de producción. Es un sistema que se apoya básicamente en la expansión e innovación constante de las formas de esas relaciones humanas y de estas con las cosas. Aunque la respuesta de los estados ha sido anacrónica, los actores de la sociedad civil están explicando y aplicando modos de comunicación e intercambio que salten las barreras a la interacción social cara a cara. (Montani, 2010)

La sociedad guatemalteca no se encontraba preparada para la concentración digital de la organización social, económica y productiva a través de la tecnología y sus distintas ramas. Las empresas comenzaron a presentar problemas en las estrategias de comunicación y la modalidad de la amplitud hacia las nuevas tecnologías. Parte del proceso de readaptación del ser humano, hacia la expansión inmediata de los nuevos modos de contacto.

La crisis de comunicación no es solo es parte de Guatemala, se presentó a nivel mundial, el cual se forma a través de cierres con la finalidad de resguardar la salud de los seres humanos, sin embargo, la sociedad como tal y sus niveles de economía debían continuar de una manera renovada, segura y productiva.

Para ello, la imagen institucional de muchas empresas se ha visto afectada, por la falta de estrategias para la sostenibilidad de las relaciones sociales, públicas y comerciales. Con ello se ha implementado la comunicación virtual a través de plataformas digitales siendo un

medio de actualización y aceptación, parte del liderazgo global que este cambio presenta, las reuniones y conferencias virtuales han tenido un gran auge, ya que permiten que el flujo de comunicación se presente de una manera dinámica. La revolución en la cual se envuelve la centralización de la tecnología es una oportunidad para mejorar, agilizar e introducir nuevas modalidades para optimizar la brecha digital y la reinvención de rutinas diarias.

Las empresas comenzaron a implementar el trabajo desde casa, los centros de estudios, realizan clases en línea, pruebas y exámenes digitales; otra modalidad que ha tomado una curva de utilidad son las conferencias en línea, mostrando la alta capacidad de interacción social en la que se desarrolla la organización del ser humano.

La Universidad de San Carlos de Guatemala, no ha sido la excepción, esta implementa la modalidad de virtual para la docencia, administración y comunidad estudiantil, fortaleciendo la continuidad, para no detener los procesos de enseñanza. Parte de una sistematización de adaptación y de reinvención buscando mejorar el conocimiento y la eficiencia para los estudiantes.

Para delimitar el campo de estudio, el diagnóstico se aplicará a la Escuela de Trabajo Social, una unidad académica enfocada a una población estudiantil de aproximadamente 1300 estudiantes activos, egresados, docentes tanto el personal interno y administrativo que forman parte de esta dicha escuela. Realizándose un estudio con método cualitativo, para un análisis enfocado a las redes sociales y la imagen institucional con el fin de determinar las opciones de mejora para el funcionamiento general de los procesos de comunicación. Para ello el proceso de investigación será mediante entrevistas semi estructuradas y guías de observación digitales.

Esta institución, rige sus procesos de comunicación por medio de manuales específicos, de funciones y de organización que determinan las políticas internas. Estos documentos son oficiales y fueron autorizados por medio del Consejo Superior Universitario de la Universidad.

La Escuela de Trabajo Social mantiene dos jornadas, diarias comprendida de lunes a viernes y sabatina. Para los estudiantes de la jornada diaria, la información se mantiene accesible debido a las redes sociales, docentes, auxiliares y personal administrativo. Para la jornada de los sábados, la información, se limita; ya que, debido a la jornada, esta se centra a una sola persona quien es la encargada de difundir dichos detalles.

Los medios de Comunicación dentro de la Escuela de Trabajo Social han ido evolucionando, contaban con un espacio en Radio Universidad y se mantenía un periódico escrito como instrumentos de divulgación. Este está por cumplir 10 años de funcionamiento y ha tenido varias etapas evolutivas, una de ellas fue, a la digitación por medio de las redes sociales y sitios web.

Otros medios de comunicación digital que la Escuela de trabajo social utiliza son, *Facebook* e *Instagram*, en ambos medios son llamados “Periódico Trabajo Social USAC”.

Para el sitio de *Facebook*, esta cuenta con un total de 2194 me gusta y un total de 2277 de seguidores; esta página tiene como objetivo trasladar información al estudiante, docente y personal administrativo sobre las actividades de la Universidad de San Carlos de Guatemala y de la Escuela de Trabajo Social. Para la red social de *Instagram*, la cual cuenta con un total 580 seguidores. (Ver ‘Monitoreo en redes sociales’ Anexo no. 3 y Anexo no.4)

En ambas cuentas, las publicaciones son las mismas, mantienen el mismo horario y son seguidas una de la otra. Dentro de la etapa de observación se identifica que la página de prioridad es *Facebook* y luego la información se traslada a *Instagram*.

Sin embargo, estas publicaciones cuentan con estadísticas elevadas, visualizaciones arriba de los 1600. Las interacciones dentro de ellas son bajas, lo cual denota una especie de falta de identidad y estructura dentro del contenido que se publica.

Para (Colussi, 2016) “La evolución de la web favorece la participación ciudadana en los nuevos movimientos sociales, ampliando el uso de las herramientas digitales interactivas

para fomentar debates y realizar convocatorias”. Siendo esta una pequeña introducción a la funcionalidad de las redes sociales, como un instrumento de colectividad intangible para cualquier empresa, lugar o movimiento social que necesite de auge para promover o informar, para las agendas digitales los contenidos de una *Fanpage* deben ser llamativos, inclusivos, claros y concisos. Tomando como base la identidad del grupo objetivo, se generan estrategias que permitan posicionarse dentro del ámbito digital.

Los medios digitales suelen ser diversos y amplios, los cuales pueden generar cambios de opinión, visibilidad y desarrollo de prácticas sociales, culturales y políticas. Estos comportamientos que con el paso del tiempo se digitalizan le dan al ser humano una identidad errónea de su realidad y le permiten manejar su tiempo y disposiciones psicológicas a su conveniencia. Con ello se construye un mundo relativo que se forma a través de la creación de redes, páginas, fotografías, opiniones que no tienen fronteras.

El internet permite la apropiación y participación en un entorno digital, en el cual el usuario se activa por medio de inserción y se apropia de la tecnología como medio de credibilidad y confianza. Para ello, los movimientos oficiales digitales, deben de tener un contenido claro, perceptivo y definido para lograr adentrarse a la identidad individual de los sujetos para formar un entorno colectivo y participativo.

Para la imagen institucional, la Escuela de Trabajo Social, cuenta con un manual de organización, el cual tiene fecha de aprobación en julio de 2012, por el Consejo Directivo de la escuela. En dicho documento se explica a detalle cada una de las áreas y departamentos que conforman el círculo administrativo y estudiantil de la unidad académica, sin embargo, en ella no se determinan lineamientos para el uso oficial del logo enfocado a las relaciones públicas.

Este manual carece de la estructura adecuada para utilizar la imagen pública de la Escuela de Trabajo Social, incluyendo el uso de papelería interna, manejo en redes sociales, logos oficiales y la paleta de colores institucionales que fortalezcan la identidad con la institución.

Dentro de los documentos emitidos por la organización, el marco de estructura profesional y objetivo, no se encuentra definido por la institucionalidad, estos documentos no tienen una línea gráfica adecuada. (Ver 'Constancia de Cusos, ETS 'Anexo no. 12). Sin embargo, la manera de entregar los documentos oficiales a los estudiantes dependen del departamento al que se este solicitando.

Para (Chacón, 2020) indica que la Comunicación Organizacional o Corporativa “es la totalidad de los recursos de comunicación de los que dispone una organización para llegar efectivamente a sus públicos”. Estos dos públicos, se determinan a través de dos áreas, formando así los flujos de comunicación tomando como base las relaciones humanas, para ellos existen los grados formales e informales los cuales se fijan a través de estructuras en la organización.

Esto determina que cada área administrativa funciona y rigue su propio formato para la institucionalidad de la imagen, siendo diversos estilos los que se presentan. La imagen profesional de una corporación es quien forma la identidad y ayuda a mantener la organización, mejorando el potencial de mejora continua en comunicación, administración y estética.

Para (Ríos, 2009) la imagen es: “el conjunto de creencias y asociaciones que poseen los públicos que reciben comunicaciones directas o indirectas de personas, productos, servicios, marcas, empresas o instituciones” para establecer la representación mental y los valores relativos del público objetivo con la promoción, siendo formando un elemento favorable para desarrollar una reputación positiva para las relaciones internas, externas, comerciales y sociales.

Siendo la comunicación institucional una imagen formada por juicios de valor que determinan aspectos externos, se relacionan al aspecto visual y profesional, parte de esta área, la organización debe mantener el espacio de elementos que se interconectan determinando conductas de pertenencia.

Para ello, la organización debe contar con la integración de las áreas que la conforman, favoreciendo la efectividad de la comunicación. Las estrategias profesionales determinan los procesos de absorción, función y ejecución estableciendo así la cultura corporativa.

Según (Yalle Taboada, 2015) “La gestión administrativa define cuales son las necesidades de la organización, con el mejoramiento del capital humano, teniendo en cuenta el potencial existente” indicando que la comunicación institucional es la opción que apoya la continuidad formando la ruta adecuada para que la organización mantenga el cumplimiento de sus objetivos, mejorándolos y obteniendo nuevos enfoques que permitan el desarrollo constante del desempeño a nivel general.

La forma en la que una empresa o corporación trabaja la imagen institucional, es la forma de obtener una comunidad, siendo esta un grupo de personas que potencializan el alcance social de los productos o servicios que esta presta. La identidad y pertenencia se va fortaleciendo con la satisfacción, aprendizaje o servicios obtenidos. Las condiciones en las que este tipo de comunicación se trabaja influyen directamente en la percepción y en el entorno de adaptación, productividad y satisfacción por parte de los públicos objetivos.

1.13 Objetivos del diagnóstico

1.13.1 General

Determinar la situación de la comunicación institucional en la Escuela de Trabajo Social de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

1.13.2 Específicos

1. Identificar los medios de comunicación institucional en plataformas digitales utilizados por parte de la Escuela de Trabajo Social de la Universidad de San Carlos

de Guatemala para interactuar con sus públicos ante las medidas de aislamiento y prevención por la pandemia covid-19

2. Analizar la gestión de contenidos publicados en los medios oficiales publicados en Periódico Trabajo Social USAC, en contexto de la pandemia.
3. Determinar la imagen institucional de la Escuela de Trabajo Social y uso conforme sus públicos objetivos.

1.14 Técnicas de recolección de datos

Para el diagnóstico de comunicación, aplicado a la Escuela de Trabajo Social de la Universidad de San Carlos de Guatemala, se aplicó el método cualitativo, a través de observación periódica y constante hacia los sitios digitales de comunicación de dicha unidad académica. Se aplicaron entrevistas al docente, Licenciado Marco Rosales, quien se encuentra en el área de extensión y relaciones públicas de la Escuela, utilizando cuestionarios tomando como base el monitoreo en redes sociales, revisión de documentos generados a los estudiantes activos, constancia de cursos, calendarios oficiales de actividades de semestres y calendarios de escuela de vacaciones periodo junio 2020.

Se consultaron los manuales de organización y funciones de la Escuela de Trabajo Social, así como el sitio web oficial y las redes sociales oficiales de información para el estudiante.

Sitio web: <http://trabajosocial.usac.edu.gt>

Facebook: Periódico Trabajo Social USAC

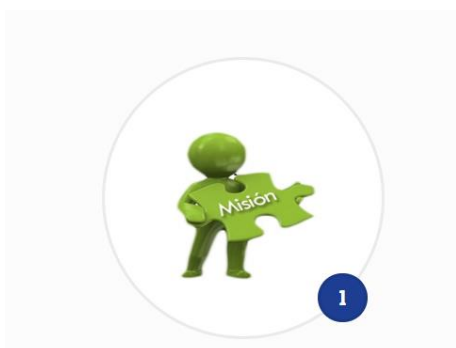
Instagram: @periodicotrabajosocialusac

1.15 Observación

Los sitios digitales de la Escuela de Trabajo Social de la Universidad de San Carlos de Guatemala, son constituidos por tres siendo ellos *Facebook*, *Instagram* y el sitio web, los cuales tienen públicos objetivos distintos.

El movimiento digital de la Escuela de Trabajo Social, se realiza a través de la página oficial que otorga un pequeño recorrido sobre el mapa institucional de la misma. Este es un sitio web con dominio educativo propio (<http://trabajosocial.usac.edu.gt>), por ser una dependencia de la Universidad de San Carlos de Guatemala, esta cuenta con el logo de la universidad y en letras azules el nombre de la institución.

La navegación dentro del sitio web es simple, cuenta con un flujo de pestañas en la cual se dividen sitios de interés para el estudiante activo, como: “Conócenos, organización, carreras, noticias, docencia, investigación, extensión y administración” dando una pequeña introducción a cada área o departamento. Así mismo cuenta con imágenes gráficas, estos son personajes de un color solido que dan receptividad al sitio. Sin embargo, estas imágenes no son propias, pertenecen a google imágenes. (Ver Anexo 5. Página Web)



Fuente: Sitio Web, Trabajo Social



Fuente: Google Imágenes

Para el sitio de *Facebook*, esta es una cuenta *FanPage* con un total de 2195 de me gusta, esta ha estado en monitoreo desde el 07 de mayo del 2020 al 22 de mayo de 2020. Estos han tenido un leve movimiento de 2 a 3 seguidores cada 3-4 días. (Ver Monitoreo en redes sociales´Anexo no. 3)

Mantienen perfiles interesados en publicaciones, los cuales ascienden a 2279 perfiles de la red social, el contenido que se genera mediante este perfil son publicaciones relacionadas a comunicados, noticias y datos importantes sobre el contexto de la Universidad de San Carlos de Guatemala y por parte de la Escuela de Trabajo Social, esta mantiene al tanto al estudiante de las actividades internas y externas en las cuales grupos de estudiantes se

involucran. Sin embargo, por el público que mantiene se espera que la proyección y masificación de las publicaciones sea mayor.

Su fecha de creación fue el 30 de octubre del 2018, el perfil anterior era una cuenta personal, la cual fue cambiada a una página pública para obtener mayor alcance. La evolución de este perfil fue de un periódico escrito a un medio digital, cuenta con 10 años de historia.

“El análisis de las redes sociales permite estudiar como los comportamientos y estructuras de ciertos colectivos (personas, grupos u organizaciones) afecta a sus conductas y actitudes” (Prieto Gutiérrez, 2011) dentro de este concepto, las redes sociales son medios de identidad y de procesos para las empresas o instituciones quienes tienen a cargo la difusión de información la buena utilización de las herramientas genera mayor proyección y define los afinidad con los usuarios.

Para las plataformas sociales, las temáticas y contenidos que abordan son nuevas maneras de conectar y conservar relaciones sociales, las cuales pueden ser laborales, de ocio, deportes o bien informáticas, para la Escuela de Trabajo Social, siendo una entidad que abarca la mayoría de aspectos como espacio de difusión de información debe ser un sitio que, a primera vista pueda ser fácil de ubicar, tenga contenidos claros y concretos.

Para la medición de efectividad de las redes sociales de la Escuela de Trabajo Social, es necesario conocer los flujos de personas interesadas en proceso de interacción. En este caso, estudiantes de las carreras técnica, licenciatura, maestrías y especialidades; docentes, administrativos y personal interno y externo.

Dentro de la cuenta de *Facebook*, las publicaciones que tienen mayor alcance, son las relacionadas al contexto de la Escuela, por ejemplo, Escuela de Vacaciones, Convocatorias a talleres, horarios de exámenes finales y felicitaciones por días festivos. La mayoría de interacciones que tienen estas publicaciones son la opción me gusta y la opción de “compartir”.

Para la red social, *Instagram*, esta cuenta tiene menos movimiento que la de *Facebook*, sin embargo esta herramienta digital puede ser utilizada de mejor manera debido al auge de algoritmos que posee. Una de sus funciones principales es la monitorización de manera simultánea con otra red, en el caso de Trabajo Social, *Facebook*. (Ver Anexo no.4)

Una de las funciones principales, es el seguimiento a través de *Socialmention*, que básicamente la mención de otros perfiles en uno propio. Dentro de *Instagram*, se utiliza el *Follow the Hashtag*, convirtiendo las publicación en tendencias fácil de ubicar y sumándose a una lista de mayor demanda para los usuarios interesados. Para (Prieto Gutiérrez, 2011) “las redes creadas al calor de las nuevas tecnologías, la interacción social y que son en las que se centra la investigación. Principalmente sirven para relacionar o conectar a amigos, compañeros o colegas”

Las redes sociales, pueden ser una herramienta de difusión masiva para proyectar o bien obtener información; pero estas necesitan de otras aplicaciones para su máximo provecho. Se ha observado las publicaciones de ambos canales de comunicación con el fin de obtener su efectividad e identificación del usuario con la Escuela de Trabajo Social de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

A medida que el funcionamiento del internet se ha elevado, la rutina de la sociedad ha cambiado, el acceso a información se obtiene fácilmente y esta modalidad posibilita nuevos modelos de negocio. La expansión en información se adentra en problemáticas sociales y la modificación del entorno de vida. Tal es el caso de la pandemia Covid-19. Este entorno abre brechas digitales con el fin de quitar los límites personales dejando a la interacción como una comunicación tradicional, convirtiendo a la sociedad como consumidores de espacios públicos.

Este monitoreo se realiza en los canales de *Facebook* e *Instagram* del 25 de abril al 23 de mayo del 2020.

Tipo de publicación	Facebook			Instagram		
	Fecha	Reacciones	Número de veces Compartida	Fecha	Me gusta	Comentarios
Informativa	18/05	18	10	19/05	8	0
Comunicado	14/05	2	0	14/05	3	0
Informativa	14/05	37	14	14/05	36	0
Informativa	13/05	7	3	13/05	22	0
Festiva	10/05	34	1	10/05	52	0
Informativa	09/05	9	2	09/05	12	0
Informativa	08/05	11	0	08/05	13	0
Informativa	06/05	22	2	06/05	28	0
Festiva	02/05	375	178	02/05	98	0
Informativa	27/04	26	7	27/04	24	1

Fuente: Elaboración propia
Anexo no.7

Para los documentos extendidos por la Escuela de Trabajo Social, el análisis se realiza por medio de la recolección digital de constancias, calendarios y publicaciones efectuadas a través de redes sociales, en ellos se puede percatar la ausencia de una estructura formal. (Ver anexo 12. Constancia de cursos. Ver anexo 13. Calendario actividades regulares, ETS)

1.16 Documentación

La documentación que se consultó para el diagnóstico en fuente primaria es el Manual de Organización de la Escuela de Trabajo Social de la Universidad de San Carlos de Guatemala, el cual tiene fecha de autorización en julio de 2012, aprobado por el Consejo Directivo de la Escuela, punto cuarto, inciso 4.4 del acta No. 09-2012.

Dentro de los documentos oficiales de la Escuela de Trabajo Social, se utilizó como medio comparativo el normativo de la Escuela de Trabajo Social con fecha agosto 2006 por el Dr. Julio Cesar Díaz Argueta.

Se consultó de Manual de gestión de la Comunicación en situación de crisis de la empresa ICETEX, Colombia. Con fecha de creación abril 2010. Siendo un documento que cuenta con amplitud en el tema de diagnóstico, análisis y manejo de crisis.

Otra de las herramientas base de consulta, es la estrategia de comunicación interna para la empresa RCM publicidad de la autora Brenda Yanira Chacón Arévalo con fecha de creación octubre 2014.

Uno de los medios de consulta, fue la Estrategia de comunicación de la imagen institucional de la reforma curricular de la Escuela de Ciencias de la Comunicación presentado por Fernando Ismael Flores Barrios con fecha noviembre 2014.

En contexto de la pandemia Covid-19, los medios digitales nacionales e internacionales como Prensa Libre, Guatevisión, Emisoras Unidas, BBC, CNN en español, el Periódico y el País siendo monitoreados desde marzo del 2020 a julio 2020.

Como artículo científico se utilizó Fundamentos de la Comunicación Institucional: una aproximación histórica y conceptual de la profesión presentado por Rolando Rodrich Portugal publicado en mayo de 2012.

El capítulo I de Principios para el diseño de una estrategia de comunicación del Manual DPEC, segunda edición presentado por Paolo Mefalopulos y Chris Kamlongera con fecha 2008 para la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación en Roma.

Tesis presentada por Omar José Cuéllar Aguilar, Propuesta de estrategia comunicacional para el reconocimiento de la Asociación Gente Pequeña de Guatemala, GPG. Con fecha de presentación octubre 2012.

1.17 Entrevistas a profundidad

La información de la Escuela de Trabajo Social de la Universidad de San Carlos de Guatemala, se realizó a través del docente Licenciado Marco Rosales, encargado del

departamento de extensión de la institución, estas se planificaron con entrega de resultados o documentos oficiales.

1.18 FODA

1.18.1 Fortalezas

1. La Escuela de Trabajo Social, se encuentra dividida por departamentos o dependencias, quienes tienen distintas funciones a su cargo, para el contexto de comunicación, se encuentra el área de extensión con la unidad relaciones públicas y comunicación.
2. La Escuela de Trabajo Social, es una unidad académica con un público objetivo grande, lo cual le permite tener mayor proyección a la difusión de información.
3. Mantienen una comunicación constante por medio de sus canales de comunicación digital.

1.18.2 Oportunidades

1. A través de los medios de comunicación la información y difusión de mensajes digitales pueden llegar a tener una masificación.
2. Por medio de las redes sociales institucionales se pueden crear nuevos modelos de alianzas y espacios para la práctica de los estudiantes de Trabajo Social.
3. Se pueden generar campañas innovadoras con el fin de formar una línea de capacitación para estudiantes y docentes.

1.18.3 Debilidades

2. Los medios de comunicación digital, poseen un manejo estático en cuanto a contenido y estructura.

3. La relación identidad- estudiante, se encuentra en una situación frágil, debida a la poca interacción que se mantiene a través de los sitios digitales.
4. Los sitios en redes sociales, son manejadas bajo una sola persona.
5. Posee un solo manual de organización.
6. Sus documentos oficiales no poseen una línea gráfica.

1.18.4 Amenazas

2. La creación de medios alternativos que puedan manejar otro tipo o desinformación.
3. Perdida de interés por parte del estudiantes hacia los medios digitales oficiales de la Escuela de Trabajo Social.
4. La imagen pública de la Escuela, no se encuentra organizada y estructurada.
5. No posee una estructura para documentos oficiales emitidos por la institución.
6. Existen diferentes cuentas en *Facebook*, con el nombre de la Escuela de Trabajo Social

1.19 Problemas detectados

Enfocados en el entorno de la comunicación institucional, el primer problema detectado es que sólo existe un manual de organización, el cual no es público. Debe de solicitarse a las autoridades de la Escuela, el manual se rige a la estructura de la institución, no determina el ámbito de relaciones públicas y explica a grandes rasgos cada área administrativa.

Para la imagen corporativa, la Escuela de Trabajo Social, no tiene una línea gráfica o un guía específica del uso de marca a nivel interno y externo. Esto ocasiona la emisión de los documentos estudiantes bajo distintos estilos de membretes.

Dentro del panorama comunicacional aplicado a Escuela de Trabajo Social, uno de los problemas es el uso de página web, siendo ese un espacio digital para la búsqueda de

información institucional. Para el caso de este sitio, la navegación se convierte en un aspecto simple sin mayor interacción dentro del mismo.

Sin embargo, cuenta la información organizacional de la Escuela, está actualizada y se publican los eventos en los cuales los estudiantes son participes, los comunicados de la Universidad de San Carlos de Guatemala y las actividades del contexto de la Escuela.

Otro de los problemas detectados, es el contenido digital para las redes sociales, la base de esta es *Facebook e Instagram*. Dentro de estos perfiles públicos no se encuentra una estructura adecuada para la difusión de contenido e información; cuentan con tres sitios en Facebook con el nombre de la Escuela, siendo estos perfiles antiguos sin movimiento alguno.

Dado que las redes sociales son las que en la actualidad fortalecen las relaciones personales en cualquier ámbito de la sociedad, laboral, estudiantil y personal. La dimensión del cambio actual de rutina, el internet se ha convertido en un medio frecuente y masivo ofreciendo un espacio para conexión continua hacia el mundo.

Dentro de los canales digitales de la Escuela de Trabajo Social, podemos observar una identidad del estudiante con la institución, sin embargo la línea de contenido visual para cada una de las redes debe ser modificada, ya que los públicos no son los mismos para ambas redes.

Para la organización a nivel institución se forma por un solo manual, Este fue emitido por las administraciones pasadas, estas no tienen actualización y no se encuentra publicado en internet.

Para la documentación oficial emitida por la Escuela, esta no se encuentra membretada, cada área o departamento utiliza el formato que mejor le parezca. No se cuentan con firmas electrónicas, el cual retrasa el proceso de entrega de papelería. Los estilos, son

determinados por medio de los colores de la institución, los cuales pueden ser utilizados en cualquier tamaño, tipo de letra o forma.

Dentro de la Escuela y el contenido publicado para sus estudiantes activos y futuros ingresos, no se cuenta con la información de las distintas carreras, beneficios, horarios y perfiles profesionales, siendo esta una futura herramienta de atracción para futuros universitarios.

1.20 Proyecto a desarrollar

La estrategia de comunicación, tendrá como base el diagnóstico, busca analizar y segmentar a las páginas que tienen similar información, haciendo una comparación en contextos de identidad. Para el campo de aplicación dentro del mercadeo digital se forma la estrategia en las relaciones sociales y de difusión. La revisión del manual de organización y uso público de la imagen oficial en documentos, publicaciones y constancias emitidas por la institución.

Como un primer punto, formar una línea de contenido enlaza al estudiante de trabajo social, determinando objetivos y puntos clave para obtener funcionalidad y el máximo aprovechamiento de las herramientas digitales.

Así mismo, determinar una paleta de colores que identifiquen al público cibernético y se forme la asociación entre la institución y los estudiantes, administrativos y personal de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

Formar un cronograma de actividades a publicar, estos determinados por textos, los cuales se adecuen al tipo de red social y así mismo llegar a formar un aumento de afluencia y tráfico digital para mantener el contacto constante con el público.

Para fortalecer las relaciones públicas a nivel escuela, se formará un manual de comunicación institucional, este contará con elementos a cumplir por parte de futuros

usos del logo oficial, determinando el profesionalismo a través de una esencia de proyección estratégica de imagen.

Dentro de las estrategias de comunicación a aplicar, se busca crear contenido enfocado a realces digitales para la Escuela de Trabajo Social, campañas de acreditación para la administración y docentes activos.

Las estrategias de comunicación digital, se enlazan a otras aplicaciones de diseño, analíticas y estratégicas para controlar el éxito de la ejecución del plan de resultados, para ello los objetivos deben de ser claros, concisos, medibles y alcanzables.

La ejecución del proyecto formará un posicionamiento de preferencia entre el público que se impacte, en el caso de la Escuela de Trabajo Social, los estudiantes y personal interesado en el contexto.

Dentro de los parámetros a cumplir por medio de la estrategia, se considera la comunicación digital e institucional, facilitando interacción e influenciar en los usuarios, determinando normas para el uso de la imagen pública de la Escuela. Su primer medio de información, la página oficial de la institución, pueda ser un canal de consulta hacia procesos administrativos y soporte para las futuras relaciones públicas.

Sin embargo, los medios digitales se deben mantener en constante monitorización para obtener mejores resultados. Para ello, se determinan por medio de *Google Alerts*, funcionando como herramienta de foco para gestionar una observación específica del comportamiento social dentro de las redes designadas.

Determinando los objetivos y el plan, según un cronograma el cual nos permitirá observar y medir el funcionamiento del plan estratégico, dirigiendo hacia las acciones que orienten la identidad del contenido con la comunidad que se identifica con el entorno social, público y académico de la Escuela de Trabajo Social.

Capítulo II

Plan estratégico de comunicación

2.1 Plan estratégico de comunicación

La estrategia de comunicación consta de una serie planificada y sistemática de un proceso que se determina por una previa observación combinada con métodos, herramientas y técnicas para lograr complementar acciones que lleven a cambios concretos en los cuales se logre el cumplimiento de objetivos claros y concisos.

Para (Paolo & Kamlongera, 2008) “el fin de diseñar una estrategia de comunicación es tratar de resolver los problemas a nivel de la comunidad, utilizando las conclusiones del diagnóstico de comunicación , comparando percepciones generando una mirada diferente de los problemas principales”. Determinando así la raíz central para una intervención en comunicación otorgando las bases y principios para la planificación estratégica.

Siendo un proceso de receptividad, el cual orienta análisis y canales de comunicación con el fin de expresar una nueva dirección y propósitos objetivos orientados a resultados. Sin embargo estas estrategias se mantienen en un terreno amplio el cual puede ser determinado desde distintos puntos de vista. El enfoque se establece desde la comunicación institucional, aplicada a la Escuela de Trabajo Social de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

Dentro de la comunicación interna y externa, la imagen institucional de identifica como el problema principal, siendo un sujeto de análisis específico de causa-efecto, formando la necesidad de intervención en el campo de la investigación, planificación y ejecución para el

desarrollo; mejorando los mensajes, enfoques, medios y técnicas que engloban el diseño de una estrategia efectiva junto a la implementación y la transformación de los recursos.

2.2 Descripción técnica de la Estrategia del proyecto

La propuesta de estrategia de comunicación para la Escuela de Trabajo Social de la Universidad de San Carlos de Guatemala, evidenciará que se logren cambios a nivel entidad, protocolos, manuales y aspectos adecuados para la mejora continua de una institucionalidad, para los futuros estudiantes, los docentes, el personal administrativo, estudiantes activos y egresados de dicha unidad académica.

La técnica consta de tres productos comunicativos, los cuales tienen como objetivo fortalecer la imagen institucional de la Escuela de Trabajo Social.

1. Manual de Imagen Institucional
 - Con el diseño de papelería interna
2. Campaña de acreditación sobre la carrera de Licenciatura de la Escuela de Trabajo Social.

Con el fin primordial de formar una identidad de carácter distintivo, el cual permita la formación de una comunidad cimentada en la lealtad y pertenencia.

2.2.1 Producto 1: Manual de Comunicación Institucional

La principal función de crear el Manual de imagen institucional para la Escuela de Trabajo Social de la Universidad de San Carlos es formar una identidad tomando la base de la imagen y la reputación a nivel académico para trascender por medio de las relaciones públicas.

Para ello formular una guía que busca establecer una identidad sólida que determine los lineamientos a seguir dentro de los procesos académicos, administrativos y estudiantiles dentro de la Escuela de Trabajo Social.

Otorgando los elementos gráficos que se adapten a los distintos formatos que son utilizados dentro de la institución, el manual constará de explicaciones y especificaciones de los elementos a utilizar.

Dicho manual se dividirá en:

-Introducción de datos oficiales por parte de la Escuela de Trabajo Social

- ✓ Historia
- ✓ Misión
- ✓ Visión
- ✓ Valores
- ✓ Logo y colores institucionales

-Fuentes tipográficas

- ✓ Primarias

-Papelería interna

- ✓ Uso de la imagen institucional en papelería
 - Hojas membretadas para comunicación interna y externa
 - Discos
 - Tarjetas de presentación
 - Sobres
 - Folders
 - Gafetes

-Material a Docentes

- ✓ Presentaciones multimedia

-Publicaciones a medios de comunicación.

- ✓ Uso de publicaciones digitales, escritos, visuales
- ✓ Especificaciones a videos digitales

2.2.2 Producto 2: Campaña de acreditación del nivel grado de Licenciatura de la Escuela de Trabajo Social

Para la campaña de acreditación de la carrera a nivel grado Licenciatura en Trabajo Social, el objetivo principal es informar a futuros estudiantes divulgando las actividades, pensum, cualidades y valores que representan a los profesionales, siendo este un medio de información sobre los beneficios de obtener el reconocimiento.

Se realizará por medio de campañas digitales programas determinada por bloques.

- Cualidades de la Carrera
- Perfil de Egresados
- Proceso de Inscripción
- Pensum de la Carrera
- Características del estudiante activo y del egresado
- Áreas de cobertura
- Fundamentos de la Carrera

La campaña contará con elementos visuales, dentro de una paleta de colores, los cuales serán los mismos del logo oficial de la Escuela de Trabajo Social de la Universidad de San Carlos, así mismo será entregada en tres tamaños distintos, formatos para *Facebook*, *Instagram* y para el Sitio Web; siendo un contenido para la difusión por redes sociales.

Siendo la función principal es atraer a los estudiantes egresados del pre grado de la Escuela de Trabajo Social para formar una promoción y divulgación formando un atractivo ideal para los futuros postulantes.

2.3 Objetivos de la Estrategia

2.3.1 Objetivo General

- Desarrollar una estrategia de comunicación que supla las necesidades a nivel institucional que pueda la imagen corporativa, implementando una línea de gráfica que determine un flujo de comunicación efectivo tanto para el público interno y externo.

2.3.2 Objetivos específicos

- Diseñar un manual de comunicación institucional que contenga las directrices para la utilización y mejora continua de la imagen organizacional.
- Crear una campaña de acreditación dirigida a la carrera de Licenciatura de Trabajo Social con el fin de dar a conocer las cualidades y perfil del profesional egresado y motivar a los estudiantes a continuar a nivel grado dentro de la unidad académica.
- Implementar una línea de papelería membretada para el uso interno y externo dentro de la Escuela de Trabajo Social de la Universidad de San Carlos de Guatemala que se maneje como imagen corporativa.

2.4 Misión

Proporcionar y administrar los procesos necesarios para el desarrollo de la Comunicación Institucional profesional e incrementar la identidad y pertenencia de las distintas áreas de la Escuela de Trabajo Social, expandiendo un alto valor, integridad y satisfacción.

2.5 Visión

Construir una relación profesional por medio de la conexión digital a través de la innovación y diseño.

2.6 Elementos comunicacionales que según su diagnóstico aplicará

La comunicación dentro de una organización se divide en dos vías, interna y externa. Para ellos la situación de transmisión de contenido informativo se expresa a través de interlocutores de manera verbal, escrita o auditiva reproducida por medios radiales, digitales, masivos o públicos.

Para (Guzman Paz, 2012) existen dos modelos sistemático y complementario, en el cual los dos contienen niveles de significación y vínculos con la organización.

“Sistemático, la relación está definida como de igualdad, y los protagonistas tiene comportamiento en espejo, es decir, existe un proceso de interlocución en el que la temática, el contexto, y el lenguaje, pertenecen al mismo nivel de intercambio simbólico. Este modelo está presente por la nulidad de la jerarquía.

Complementario, los protagonistas adoptan comportamientos que, de manera constante, se ajustan uno al otro. Una relación complementaria puede ser jerárquica, es decir, contener en sí misma una posición alta y una posición baja”

Para la comunicación, se debe conocer el público objetivo, que es quien recibirá la información, constituyendo el primer elemento. Para ello, se establece el emisor; siendo este el inicio del proceso comunicativo, es quien comienza y elabora la información a enviar. Para la estrategia de comunicación en la Escuela de Trabajo Social, el emisor se designa siendo la misma institución el cual codifica el mensaje para obtener una respuesta.

Según (Fernández Collado) “El emisor deberá reunir una serie de habilidades comunicativas que le permitan codificar el mensaje en forma adecuada, de tal manera que puede hacerse entender con facilidad”

Siendo la institución quien posibilita el momento oportuno para la estructura del lenguaje, generando los pasos básicos como seleccionar, abstraer, intercomunicar, almacenar, memorizar, reconocer, sintetizar y subdividir los materiales y la información.

Para el receptor, en la estrategia de la Escuela de Trabajo Social, se divide en públicos de distintos contenidos. El externo, egresados, estudiantes activos y aspirantes. El Interno, docentes, administrativos y profesionales colegiados; son quienes reciben el mensaje y reaccionan al mismo.

Dentro del proceso de comunicación, se encuentra el código, este determina un sistema de signos y normas para el procedimiento eficaz del contexto que se utilizara en el mensaje. Según (Guzman Paz, 2012) “Son los signos que emplea el enunciador para estructurar su mensaje, que debe ser conocido por el enunciatario para entenderlo”. Dicho código es el lenguaje escrito, visual y auditivo que se utilizará a través de los medios digitales para convertir la información en mensajes entendibles.

El mensaje, para (Fernández Collado) es el proceso que determina las herramientas que harán comprensible la información

“Cuanto más consientes seamos de la expresión oral, se podrá hacer más clara, útil y, desde luego, comprensible para los demás. Solo así se lograra el objetivo que se persigue al emitir mensajes y recibirlos: la comunicación y la interacción entre seres sociales”

Esta fase del mensaje es precisa y establece el nivel de entendimiento de los receptores y la capacidad de entendimiento. Así mismo, la expresividad de organización y comprensión del público objetivo.

A este punto del proceso de comunicación, se deben considerar que existen factores que limitan el correcto flujo del mensaje. Entre ello, la personalidad del emisor, en cuanto a capacidad psicológicas y características propias del individuo; tanto como su capacidad intelectual para asumir el proceso.

El mensaje se compone del manual de comunicación y el contenido de las campañas institucionales, tanto el teletrabajo como la acreditación de la carrera de licenciatura en la Escuela de Trabajo Social.

Canal; otro de los aspectos relevantes del proceso, su función es garantizar la efectividad de la información al receptor, este debe ser adecuado y preciso. Para (Guzman Paz, 2012) “son mecanismos que se manifiestan en el cine, radio, televisión, teléfono, fotografías, telégrafo, altavoces, internet, etc.”

Siendo perceptible para el ser humano en sus cinco sentidos, el canal deber ser bien escogido, con el fin de facilitar la transmisión de información, el canal será de manera tangible digital. En formato PDF para el manual de comunicación institucional y para las campañas de acreditación serán las redes sociales *Facebook e Instagram*.

Ruido, para (Guzman Paz, 2012) “estos factores pueden ser internos o externos; por ejemplo son internos cuando no se presta atención y externos cuando el mensaje se distorsiona”.

Dentro del contexto de la Escuela de Trabajo Social de la Universidad de San Carlos de Guatemala, el ruido puede ser determinado a través del medio digital *Facebook e Instagram*, siendo uno de ellos: el contenido excesivo, no comprendido y falta de información; la hora de publicación y los algoritmos de las plataformas.

2.7 Alcances y límites de la Estrategia

Este estudio se realizara en la Escuela de Trabajo Social de la Universidad de San Carlos de Guatemala, en el campus central.

Sus alcances son:

- Establecer un manual oficial sobre el manejo adecuado de la imagen pública de la institución.

- Determinar el uso de los medios digitales hacia los estudiantes de las carreras grado a nivel licenciatura dentro de la Escuela de Trabajo Social.
- Implementar una guía estructurada del uso del logo institucional de la Escuela.
- Facilitar el alcance de la imagen institucional a docentes, estudiantes, egresados y profesionales de la Escuela de Trabajo Social de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

Sus límites son:

- Material únicamente digital
- No se mantendrá el manejo de redes sociales
- Programación de contenido, puede verse alterada por la organización de la Escuela de Trabajo Social
- Acuerdos por parte del Consejo Superior Universitario que limitan la presencia dentro de la institución.
- No se mantiene presupuesto económico por parte de la organización.

2.8 Actividades para la operatividad de la Estrategia

Para la Escuela de Trabajo Social de la Universidad de San Carlos de Guatemala las actividades de ejecución dentro del marco de la comunicación; la función principal es fortalecer la imagen institucional, así mismo formar una guía para futuras relaciones públicas de la institución, estas se realizaran de la siguiente manera:

1. Manual de Imagen Institucional, este se trabaja por medio digitales, con el fin que sea un medio de consulta para docentes y estudiantes, el cual permita que todo el material organizacional se realice de un mismo formato, manteniendo estándares de calidad.
 - Diseño de una línea de papelería institucional membretada para sus distintos formatos, unificando la imagen corporativa a través de la utilización de los colores oficiales, logos e información de contacto.
2. Campaña de Acreditación de la Licenciatura de Trabajo Social, esta contara con un plan de imagen digital a través de medios y redes sociales, el cual tiene como fin,

motivar a los estudiantes a nivel grado para la continuidad de la carrera, teniendo como base de información los beneficios de profesionales y perfil de egresados, esta será programada por la coordinación del departamento de extensión.

2. 9 Cronograma

2.9.1 Septiembre 2020, Planificación de Manual de Comunicación Institucional para la Escuela de Trabajo Social de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

Domingo	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30			

Fuente: Elaboración Propia



Planificación de contenido, distribución de elementos a considerar en el marco de manual institucional, extracción de colores oficiales por medio de Photoshop, diseño de modelo de papelería oficial para la comunicación interna y externa.



Diagramación del contenido, en las plataformas *photoshop* y *canva Premium*.



Envío de avances del Manual Institucional



Envío del diseño membretado para la línea de papelería



Revisión al Licenciado Marco Rosales, correcciones y ajustes a elementos gráficos.



Entrega del material terminado de manera digital, se enviará por email.

2.9.2 Septiembre 2020, Planificación de Campañas de acreditación hacia la Licenciatura de la Escuela de Trabajo Social de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

Domingo	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30			

Fuente: Elaboración Propia



Entrega de propuestas visuales al Licenciado Rosales. Estas propuestas contienen fotografías, colores e información sobre el sitio oficial de la organización quien otorga la acreditación.



Envío de la propuesta de campaña, se incluyen modelos a diseñar y colores.



Correcciones por parte del Licenciado Rosales, especificaciones de información.



Envío de textos que se incluirán dentro de las artes a diseñar para los tres medios digitales.



Diagramación de los post con ilustraciones e información por medio de la plataforma *blush*, *canva premium* y *photoshop*



Envío y revisión del material editado al Licenciado Rosales para su aprobación



Entrega de post en formato digital, envío por correo electrónico.

2.10 Financiamiento

Encargado	Actividad	Recurso Humano	Recurso Material	Recurso digital	Costo
Epesista	Manual de Comunicación Institucional	Editor, escritor, diseñador gráfico.	Computadora, internet, horas de trabajo del diseñador	<i>Microsoft Word, Excel, Adobe Illustrator, InDesgin, Photoshop</i>	Q.3,500.00
Epesista	Campaña Acreditación	Editor, escritor, diseñador gráfico.	Computadora, internet	<i>Adobe Illustrator, InDesgin, Photoshop, Facebook e Instagram</i>	Q.3,500.00

Fuente: Elaboración propia

2.11 Presupuesto

Cantidad	Detalle	Costo Unitario	Costo Total	Financiamiento
1	Computadora	Q.5000.00	Q.5000.00	Epesista
1	<i>Canva Premiun</i>	Q.80.00	Q.80.00	Epesista
1	Diseñador Gráfico/por hora (10 horas)	Q.175.00	Q.1750.00	Epesista
1	Asesoría en comunicación	Q.2,500.00	Q.2500.00	
Total Q.		7.755.00	9,930.00	

Fuente: Elaboración propia

2.12 Beneficiarios

La Escuela de Trabajo Social de la Universidad de San Carlos de Guatemala, Ubicada en el campus central, zona 12, Ciudad de Guatemala.

Personal administrativo, docentes de las carreras nocturna y sabatina. Estudiantes activos de las carreras a nivel pregrado 'Técnico en gestión social para la atención a la primera infancia'; a nivel grado 'Licenciatura en Trabajo Social'; a nivel posgrado y maestrías; a futuros estudiantes de la unidad académica y egresados de los tres grados profesionales.

2.13 Recursos Humanos

Escuela de Trabajo Social

1. Directora de la Escuela de Trabajo Social de la Universidad de San Carlos de Guatemala, Licenciada Alma Lilian Rodríguez Tello
2. Licenciado Marco Rosales, encargado del departamento de Extensión y Relaciones Públicas
3. Licenciada Laura Hernández, encargada de la coordinación de la acreditación
4. Licenciada Liseth Montenegro y Licenciada Sara Lutin, encargadas de la Unidad de atención integral al estudiante.
5. Estudiantes activos del tercer semestre de la Escuela de Trabajo Social.

Escuela de Ciencias de la Comunicación

1. Supervisor del ejercicio profesional supervisado, primera etapa, Escuela de Ciencias de la Comunicación, Máster Walter Pérez
2. Supervisora del ejercicio profesional supervisado, tercera etapa, Escuela de Ciencias de la Comunicación, Licenciada Krista Ramírez
3. Coordinación del ejercicio profesional supervisado, Escuela de Ciencias de la Comunicación, Master José María Torres y Máster Evelyn Morazán.
4. Diseñador gráfico y asesoría en comunicación, Edgar Soto.

5. Estudiante de Licenciatura, Escuela de Ciencias de la Comunicación , Paula Alejandra Galdámez Pineda

2.14 Áreas Geográficas de Acción

Universidad de San Carlos de Guatemala, Escuela de Trabajo Social, campus central. Edificio S1, zona 12 Guatemala, Guatemala.

Para la comunidad virtual de la Escuela de Trabajo Social, se determina por medio de *Facebook*, un total de 2,548 seguidores y en la página de *Instagram* un total de 621 seguidores.



Fuente: *Google Maps*

2.15 Cuadro Comparativo de la Estrategia

Actividad o producto comunicacional	Objetivos específicos	Presupuesto	Recurso Humano	Área Geográfica de impacto	Beneficiarios	Fecha de Ejecución
1. Manual de comunicación institucional 2. Campaña de Acreditación, carrera de Licenciatura.	Mejorar las relaciones publicas a través de una imagen corporativa renovada	Material digital, realizado por medio de plataformas de diagramación, no requiere presupuesto, siendo un total ejecutado en los dos proyectos de Q.9.930.00	Escuela de Trabajo Social de la Universidad de San Carlos de Guatemala: Licenciado Marco Rosales, Licenciada Laura Hernández, Licenciada Liseth Montenegro, Docentes y supervisores de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, Diseñador gráfico, Edgar Soto y Estudiante de Licenciatura Paula Alejandra Galdámez Pineda	Universidad de San Carlos de Guatemala, Escuela de Trabajo Social, campus central. Edificio S1, zona 12 Guatemala, Guatemala.	Docentes, estudiantes, egresados, futuros interesados en carrera de la Escuela de Trabajo Social de la Universidad de San Carlos de Guatemala	Diagramación de formatos, del 5 de septiembre al 27 de septiembre, entrega de documentos finales 30 de septiembre del 2020.

Fuente: Elaboración Propia

Capítulo III

Informe de la ejecución

3. Estrategia número 1: Manual de Comunicación Institucional

Para el desarrollo de la estrategia de comunicación aplicada a la Escuela de Trabajo Social de la Universidad de San Carlos Guatemala, se trabaja por medio de un estudio de campo, un *focus group*, para los estudiantes activos de dicha institución, con la finalidad de conocer el aspecto a nivel general de cómo se encuentra el contexto de la imagen pública.

Se realizó una encuesta por medio de la plataforma *google forms*, para obtención de resultados de campo; así mismo conocer el sentido de pertenencia del estudiante con su institución. Para ello, se estipula un total de 4 preguntas, esta encuesta fue respondida por 84 estudiantes y se aplicó del 21 de agosto del 2020 al 23 de agosto del 2020.

A los estudiantes se les consultó sobre la emisión de documentos que se han solicitado a la administración de la Escuela de Trabajo Social, para lo cual un 76.2% de ellos indica que sí ha solicitado documentos a la institución. (Ver anexo 16)

Para la mejora de la comunicación interna, se planteó el diseño de un Manual de Comunicación Institucional, con el fin de establecerlo como una herramienta que estimule el sentido de pertenencia e identidad para la comunidad de la Escuela de Trabajo Social, tanto para los docentes, estudiantes, egresados, administrativos y futuros interesados en ser profesionales en el campo del Trabajo Social.

En dicho *focus group*, se le presentó a los estudiantes cuatro modelos de papelería interna, siendo este un modelo de propuesta para la implementación de una estructura similar dentro de las funciones de cada departamento, siendo útil para la emisión de documentos oficiales para todo el público interno y externo de la Escuela de Trabajo Social; se busca

formular una guía para establecer una identidad sólida que determine los lineamientos a seguir dentro de los procesos académicos, administrativos y estudiantiles junto a los elementos gráficos que componen la imagen pública de la escuela.

La propuesta del manual de comunicación se entregará en forma de guía, se tomó como base el resultado de la encuesta y el modelo de preferencia según los 84 estudiantes, con el fin que dentro del departamento de Dirección y Extensión junto a la unidad de Relaciones Públicas puedan gestionar de manera idónea el establecer un modelo que cuente con todos los aspectos de una documentación oficial, esto con el fin de fortalecer el sentido de identidad y reconocimiento hacia la Escuela.

3.1 Objetivos de la propuesta

- Otorgar a la Escuela de Trabajo Social una guía que puede ser estructurada según el modelo que se defina dentro de la Dirección y Administración que determine una mejora continua de la comunicación interna.
- Facilitar el sentido de pertenencia para las relaciones públicas internas y externas de la Escuela de Trabajo Social.
- Otorgar una base de lineamientos gráficos y técnicos para la elaboración del manual oficial.

3.2 Importancia

La propuesta el Manual de Comunicación Institucional, busca contribuir en mejoras en las relaciones internas y externas, la Escuela obtendrá una imagen pública sostenible y profesional, presentando mejoras en el clima laboral, estudiantil y relaciones públicas.

Se plantea la importancia en diversos sectores según el estudio aplicado:

Comunidad Estudiantil

1. Formará una estructura organizativa con el fin de modernizar el proceso de comunicación externa, con el fin de facilitar la identidad y profesionalismo de la Escuela de Trabajo Social ante el resto de unidades académicas.
2. Se establecerá un orden de papelería interna para la mejora continua de pertenencia, así mismo establecer un clima organizacional dentro de la institución.

Sector Administrativo de la Escuela de Trabajo Social

1. Formará compromiso y responsabilidad en cada área por medio de la identidad con la institución.
2. Servirá de base para la mejora de relaciones internas y externas dentro de la Escuela de Trabajo Social
3. Se obtendrá una mayor identificación y realimentación la cual generará el proceso de distribución del manual, con el fin de formar sentido idóneo dentro del clima laboral.

Para las relaciones externas e instituciones que colaboran con la Escuela de Trabajo Social

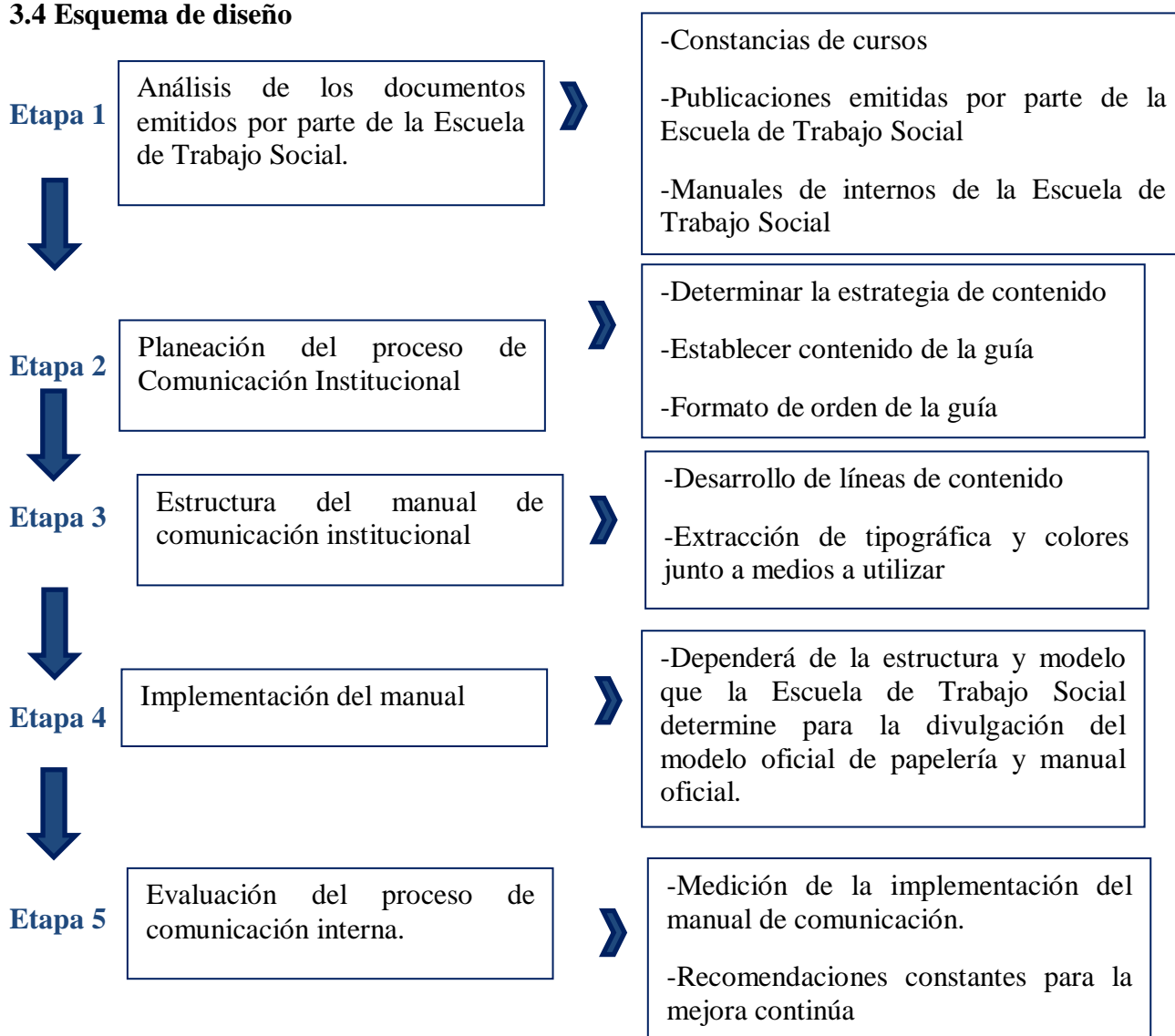
1. Se beneficiarán por medio de la organización, ya que formará sentido de profesionalismo y pertenencia.
2. Determinará elementos que contribuirá al desarrollo de actividades en programación.

3.3 Medio utilizado

La propuesta para el manual de comunicación institucional se desarrolló por medio de la plataforma *canva* para la estructura de colores y la diagramación; así mismo *photoshop* para el diseño de algunos elementos y extracción de colores y tipografía. El contenido se estructuró en distintos paquetes de Microsoft Office.

Esta propuesta se entregará en formato digital PDF para la optimización y visualización del documento y se entregará por medio de correo electrónico en forma digital.

3.4 Esquema de diseño



Fuente: Elaboración propia

3.5 Área geográfica de impacto

La Escuela de Trabajo Social está ubicada dentro del campus central de la Ciudad Universitaria de la zona 12. Dentro del edificio S-1.

3.6 Presupuesto

Cantidad	Detalle	Costo Unitario	Costo Total	Financiamiento
1	Computadora	Q.5000.00	Q.5000.00	Epesista
1	<i>Canva Premiun</i>	Q.80.00	Q.80.00	Epesista
1	Paquete Microsoft Office	Q.459.00	Q.459.00	Epesista
1	Licencia Photoshop	Q.79.92	Q.79.92	Epesista
	Asesoría en comunicación	Q4100.00	Q4100.00	Cotización por proyecto
	Diseñador gráfico	Q.5100.00	Q5100.00	Cotización por proyecto
	Total Q.	Q.5,618.92	Q.5,618.92	

Fuente: Elaboración propia

3.7 Comprobación del material

3.7.1 Publicación de material

La propuesta del material gráfico se publicó por medio de la plataforma *Scribd*, con fecha de publicación 29 de agosto; está en proceso de rediagramación, por cambios y referencias por parte del Licenciado Marco Rosales.



Link de publicación https://www.scribd.com/document/474146014/Propuesta-de-Manual-de-Comunicacion-Institucional-ETS-USAC?secret_password=ccjM9gHi9HATJvkw70ld

Hipervínculo [Propuesta de manual de comunicación institucional.](#)

Se adjuntan *screenshots* de los cambios en proceso de dicho manual.

3.7.2 Portada del manual



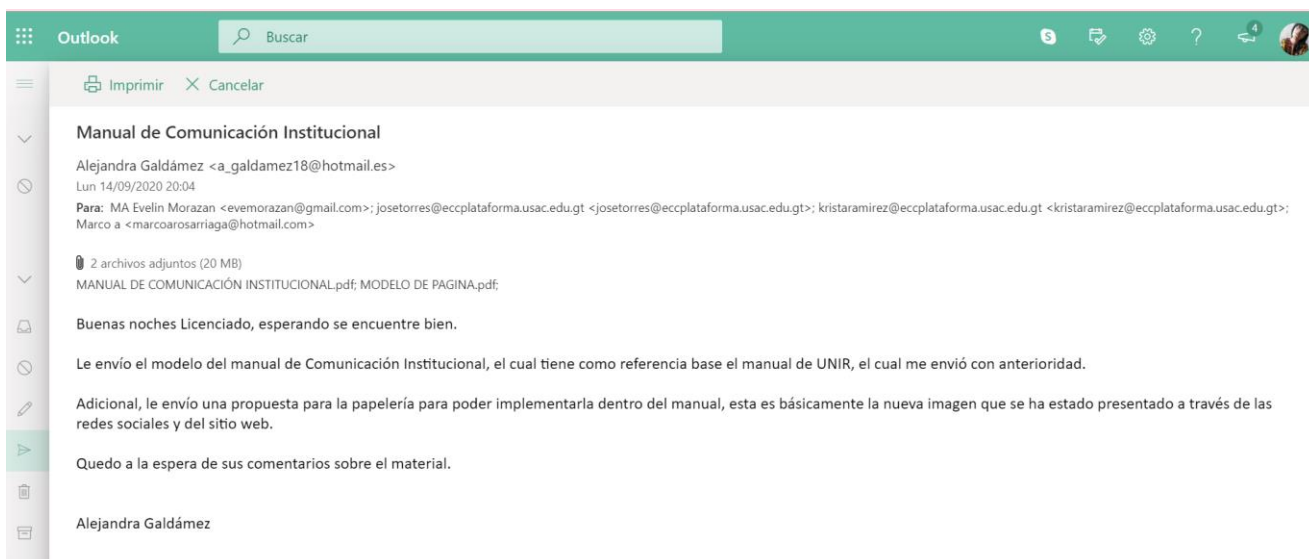
3.7.3 Avances del manual



3.7.4 Screenshot, del envío de la propuesta nueva del Manual de Comunicación Institucional

Los productos en comunicación se trabajaron por medios digitales, estos fueron entregados en formatos editables y distintos formatos. Se muestra el *screenshot*, del envío del material a través de correo electrónico, plataforma *Outlook*.

En los materiales se envían los cambios continuos del manual y del diseño de papelería institucional.



Fuente: *Screenshot*, correo electrónico *Outlook*. *Email* dirigido a Licenciado Marco Rosales, encargado del departamento de extensión y comunicación de la Escuela de Trabajo Social.

3.7.5 Screenshot, del envío de la propuesta para la línea de papelería interna.

Se trabaja por medio de correo electrónico el modelo de papelería interna, estipulándose por medio de formas geométricas de dos tonos en color azul y dos tonos en color amarillo; se envía la propuesta por medio de email, para su aprobación al Licenciado Rosales de la Escuela de Trabajo Social.



Alejandra Galdámez
Mié 23/09/2020 20:16



Para: Marco a



1.pdf
242 KB

Buenas noches Licenciado, adjunto la hoja con los cambios en diseño y en los datos que faltaban, para que pueda evaluar.

Quedo a la espera de sus comentarios.

Alejandra Galdámez



[Responder](#) | [Reenviar](#)

Fuente: *Screenshot*, correo electrónico *Outlook*. *Email* dirigido a Licenciado Marco Rosales, encargado del departamento de extensión y comunicación de la Escuela de Trabajo Social.

La propuesta del material gráfico se diagramó por medio de la plataforma y será entregado de manera digital por medio de correo electrónico., se presenta el modelo de encabezado y pie de página para el uso de la Escuela de Trabajo Social de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

Encabezado



Escuela de Trabajo Social
Universidad de San Carlos de Guatemala

Pie de página, con los datos institucionales de la Escuela de Trabajo Social.

Edificio S1, Ciudad Universitaria, zona 12
Ciudad de Guatemala, C.A
Telefono 2418-8550
<http://www.trabajosocial.usac.edu.gt/>



3.7.6 Resultado de la encuesta publicada por medio de *google forms*.

3.7.8 Encabezado de encuesta

Se realiza por medio de la plataforma *google forms*, una encuesta la cual se trasladó a los estudiantes del tercer semestre de la Licenciatura en Trabajo Social de la Universidad de San Carlos, con el fin de obtener resultados de la imagen pública que se está proyectando de manera interna.



IMAGEN INSTITUCIONAL

El objetivo de este formulario es conocer la opinión de la comunidad universitaria, sobre la imagen institucional de la Escuela de Trabajo Social.

Los datos que se proporcione serán utilizados únicamente para la elaboración de informes sobre ejecución para la Escuela de Ciencias de la Comunicación y con fines académicos.

Fuente: *Google Forms*

3.7.9 Preguntas de la encuesta

Dentro de la encuesta electrónica se realizaron 4 preguntas las cuales se detalla información sobre los documentos emitidos por la Escuela de Trabajo Social y los elementos de comunicación institucional con los que cuentan.

¿Ha tramitado algún documento a la administración de la Escuela de Trabajo Social? Ej. Control Académico, tesorería o biblioteca. *

Sí

No

De haber respondido "Sí" a la pregunta anterior, indique documentos ha solicitado

Texto de respuesta larga

Los documentos que ha solicitado a la Escuela de Trabajo Social incluyen: *

Logo de la Universidad de San Carlos de Guatemala

Logo de la Escuela de Trabajo Social

Firma por parte del encargado de emisión de documento

Firma por parte de la dirección de la Escuela de Trabajo Social


Datos institucionales (Dirección del edificio, nombre del documento extendido, validez del documento)

Datos personales (Nombre del solicitante, carrera y jornada)

Fuente: *Google Forms*

Se trabaja mediante la encuesta 4 modelos de papelería. Formatos que se emitieron para conocer el contexto y la opinión del público interno de la Escuela de Trabajo Social, para ello, las 84 personas, escogieron el modelo número uno, presentado a continuación:

Modelo no. 4



Selección el modelo de su preferencia *

Modelo no. 1

Modelo no. 2

Modelo no. 3

Modelo no. 4

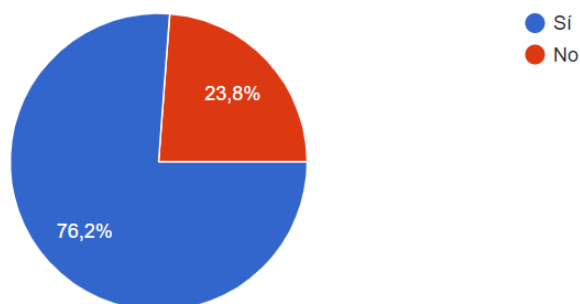
Fuente: *Google Forms*

3.7.10 Resultados de la encuesta

De las 84 personas que respondieron la encuesta, el 76.2% contestó que “sí” y el 23.8% que “no”; esta pregunta hace referencia a la solicitud de documentos de la Escuela de Trabajo Social

¿Ha tramitado algún documento a la administración de la Escuela de Trabajo Social? Ej. Control Académico, tesorería o biblioteca.

84 respuestas

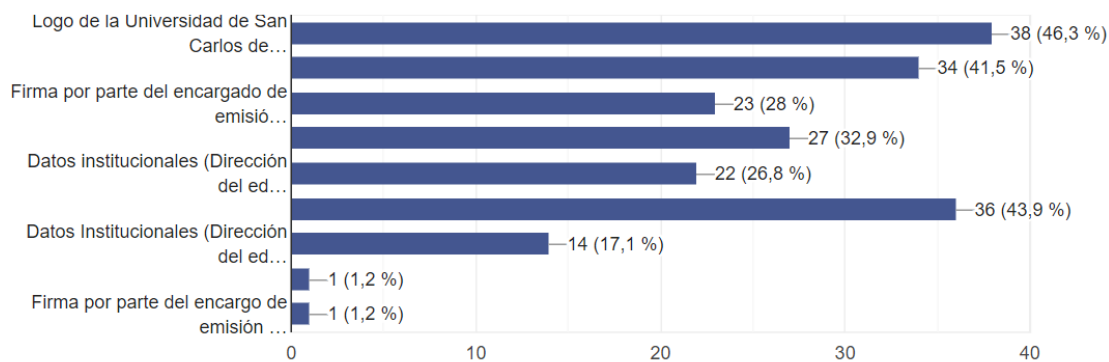


Fuente: *Google Forms*

Los resultados de la encuesta realizada por medio de google forms, arrojaron los datos que eran considerados con los documentos emitidos por medio de la Escuela de Trabajo Social.

Los documentos que ha solicitado a la Escuela de Trabajo Social incluyen:

82 respuestas

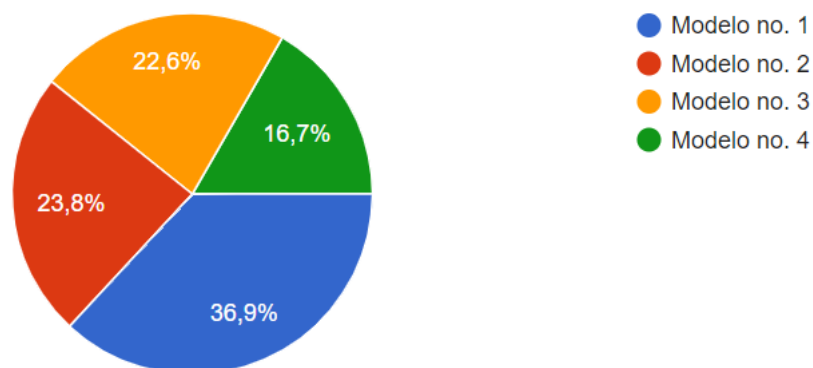


Fuente: *Google Forms*

Resultados de los cuatro modelos enviados por medio de la encuesta digital, de las 84 respuestas se obtuvo el modelo número uno con mayor cantidad de votos.

Seleccione el modelo de su preferencia

84 respuestas



Fuente: *Google Forms*

Link de encuesta <https://forms.gle/t4zA27sEr3bRKZ9r8>

Hipervínculo [Encuesta Imagen ETS](#)

3.7.9 Área geográfica de impacto

La Escuela de Trabajo Social está ubicada dentro del campus central de la Ciudad Universitaria de la zona 12. Dentro del edificio S-1.

3.7.10 Presupuesto

Cantidad	Detalle	Costo Unitario	Costo Total	Financiamiento
1	Computadora	Q.5000.00	Q.5000.00	Epesista
1	Canva Premiun	Q.80.00	Q.80.00	Epesista
1	Paquete Microsoft Office	Q.459.00	Q.459.00	Epesista
1	Licencia Photoshop	Q.79.92	Q.79.92	Epesista
	Asesoría en comunicación	Q4100.00	Q4100.00	Cotización por proyecto
	Diseñador gráfico	Q.5100.00	Q5100.00	Cotización por proyecto
	Total Q.	Q.5,618.92	Q.5,618.92	

Fuente: Elaboración Propia

3.8 Estrategia número 2: Campaña de Acreditación para la Licenciatura en Trabajo Social

Para la acreditación hacia la carrera de Licenciatura de la Escuela de Trabajo Social, el fin de la campaña es otorgar a la comunidad estudiantil que la carrera de grado ha participado en un proceso de evaluación por su gestión andragogía, institucional y administrativa. Siendo su objetivo principal difundir el reconocimiento otorgado por medio del Sistema Nacional de Acreditación de la Educación Superior SINAES.

Como medio de información para el público interno y externo de la Escuela de Trabajo Social, se gestiona una campaña de carácter profesional e institucional, la cual se compondrá de post digitales en distintos tamaños para las plataformas Facebook, Instagram y el sitio web de la Escuela de Trabajo Social.

Contará con información del proceso desde los estándares de calidad profesional, pensum de estudios y manejo institucional hacia los egresados de la carrera a nivel licenciatura; para obtener esta acreditación se debe consolidar el prestigio internacional validando el

mejoramiento continuo dentro del programa de estudios. Así mismo determinar un puesto dentro de las demás universidades que ofrecen esta carrera.

Esta campaña se ejecutará por medio de bloques, los cuales estarán compuestos del siguiente contenido:

- Cualidades de la carrera
- Perfil de egresados
- Proceso de inscripción
- Pensum de la Carrera
- Características del estudiante activo y egresado
- Áreas de cobertura
- Fundamentos de la carrera.

Para las redes sociales, se realizarán las publicaciones de los artes con información del proceso de la acreditación. El objetivo de esta campaña es, que el estudiante pueda sentirse parte del reconocimiento de la escuela, de la carrera y principalmente del avance en el programa de estudios al que pertenece.

3.8.2 Público Objetivo

Comunidad estudiantil activa, docentes, servicios administrativos y futuros ingresos a la Escuela de Trabajo Social

3.8.3 Colores

Para la campaña digital de acreditación, se manejarán dos tamaños. Uno para la red social Facebook y otro para Instagram.

Así mismo contará con una paleta de colores dinámica, con la idea que quién pueda visualizarla se familiarice con la institución.

Dentro de la propuesta se determina por medio de una paleta de colores



3.8.4 Medio utilizado

Los modelos de publicaciones para redes sociales por medio de *Photoshop*, *Illustrator* y *canva premium*.

3.8.5 Área geográfica de impacto

La Escuela de Trabajo Social está ubicada dentro del campus central de la Ciudad Universitaria de la zona 12. Dentro del edificio S-1

3.8.6 Presupuesto

Cantidad	Detalle	Costo Unitario	Costo Total	Financiamiento
1	Computadora	Q.5000.00	Q.5000.00	Epesista
1	<i>Canva Premium</i>	Q.80.00	Q.80.00	Epesista
1	Paquete Microsoft Office	Q.459.00	Q.459.00	Epesista
1	Licencia Photoshop	Q.79.92	Q.79.92	Epesista
	Asesoría en comunicación	Q4100.00	Q4100.00	Cotización por proyecto
	Diseñador gráfico	Q.5100.00	Q5100.00	Cotización por proyecto
	Total Q.	Q.5,618.92	Q.5,618.92	

Fuente: Elaboración propia

3.8.7 Comprobación del material

Screenshot del correo electrónico, se le envían las propuestas finales, estas son aprobadas por el Licenciado Rosales, en fecha 19 de septiembre del 2020.

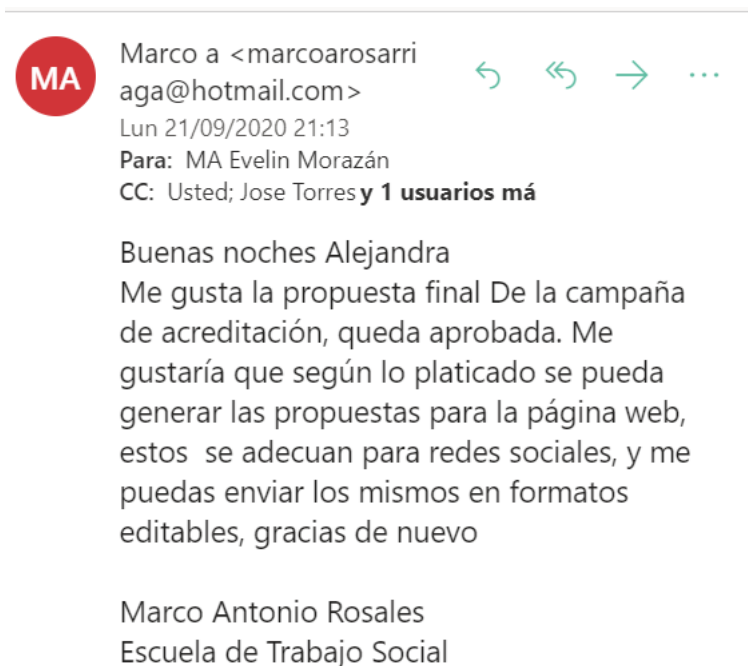
La entrega del material, se realizó por medio de correo electrónico desde *Outlook*, ese enviaron 3 *emails*, el primero contiene las imágenes editables en formato de *Adobe Illustrator*, el segundo contiene el tamaño para la red social *Facebook* y el tercer correo, se entrega el tamaño para publicaciones de *Instagram*.



Fuente: *Screenshot*, correo electrónico *Outlook*. *Email* dirigido a Licenciado Marco Rosales, encargado del departamento de extensión y comunicación de la Escuela de Trabajo Social.

3.8.8 Screenshot del correo electrónico, de la aprobación de la campaña anterior.

La campaña de acreditación fue autorizada por medio de correo electrónico, luego de aprobación se trabaja en los distintos formatos y editables.



3.8.9 Artes

Flyer de los productos que fueron enviados y aprobados, estos se entregaran por medio electrónicos en tres tamaños, formatos para Facebook, Instagram y el Sitio Web, se entregarán los 6 archivos editables.

3.8.9.1 Flyer 1

Este reconocimiento fortalece la calidad de educación,
a través de estándares certificados que nos permiten mantener innovación en el proceso de enseñanza a nivel internacional.
#SeguimosInnovando



 Escuela de Trabajo Social

 
@periodicotrabajosocialusac

3.8.9.2 Flyer 2

Optimizamos la mejora continua en nuestro pensum de estudios,
capacitaciones, instalaciones, tecnología y métodos de enseñanza.
#SeguimosInnovando



 Escuela de Trabajo Social

 
@periodicotrabajosocialusac

3.8.9.3 Flyer 3

Para nuestros egresados,
agregamos un valor profesional en la **Licenciatura de Trabajo Social**, facilitando mejores oportunidades laborales para un futuro de excelencia.



 Escuela de Trabajo Social
#SeguimosInnovando

 
@periodicotrabajosocialusac

3.8.9.4 Flyer 4

 Escuela de Trabajo Social

Fortalecemos la ampliación de espacios profesionales
para habilitar la práctica en áreas de vital importancia, en camino a un criterio real y de innovación en el ámbito nuestra carrera.



#SeguimosInnovando

 
@periodicotrabajosocialusac

3.8.9.5 Flyer 5



 Escuela de Trabajo Social
#SeguimosInnovando

Fortalecemos el apoyo y el desarrollo
en la actualización continua para la formación de nuestra comunidad de profesionales en el campo laboral.

 
@periodicotrabajosocialusac

3.8.9.5 Flyer 6



Garantizamos al personal académico
en la formación de criterios de calidad mejorando el desempeño de las distintas ciencias reforzando la práctica para el área laboral.

 Escuela de Trabajo Social
#SeguimosInnovando

 
@periodicotrabajosocialusac

3

3.8.10 Mapa mental de ideas de campaña gráfica



Fuente: Elaboración propia

3.9 Programación y calendarización

Esta programación detalla el inicio del proceso del ejercicio profesional supervisado, desde el inicio de asignación hasta la entrega de la ejecución del plan de comunicación

1. Abril						
Domingo	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30		

Fuente gráfica calendarios: Elaboración propia

25 de abril, asignación de institución, Escuela de Trabajo Social por parte de la Licenciada Evelyn Morazán

2. Mayo						
Domingo	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30
31						

Fuente gráfica calendarios: Elaboración propia

2 de mayo, primer contacto con el Licenciado Marco Rosales, vía email.

4 de mayo al 5 de mayo, elaboración de guías de observación

7 al 9 de mayo, elaboración de cuestionarios para entrevistas hacia el docente de la Escuela de Trabajo Social

10 de mayo al 14 de mayo, investigación histórica sobre datos de la Escuela de Trabajo Social

15 de mayo, obtención del manual de organización de la Escuela de Trabajo Social

16 de mayo al 19 de mayo, obtención de información oficial sobre la Escuela de Trabajo Social

20 de mayo al 26 de mayo, monitoreo en redes sociales de la Escuela de Trabajo Social, *Facebook* e *Instagram*.

27 de mayo, monitoreo de página web

28 de mayo, envió primer informe al Licenciado Marco Rosales, Escuela de Trabajo Social

29 de mayo, entrega del informa de diagnóstico.

3. Junio						
Domingo	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado
	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30				

Fuente gráfica calendarios: Elaboración propia

1 de junio al 6 de junio, lectura del manual de organización de la Escuela de Trabajo Social

3 de junio, reunión sobre diagnóstico, Licenciado Marco Rosales, Escuela de Trabajo Social

10 de junio, reunión sobre diagnóstico, Licenciado Marco Rosales, Escuela de Trabajo Social

11 de junio, envío de propuesta cuestionario para el Licenciado Marco Rosales, Escuela de Trabajo Social

18 de junio, envío de propuesta cuestionario para el Licenciado Marco Rosales, Escuela de Trabajo Social

22 de junio al 23 de junio, recolección de documentos emitidos por parte de la Escuela de Trabajo Social

25 de junio, se obtiene calendario del segundo semestre de la Escuela de Trabajo Social

26 de junio, reunión sobre los tipos de comunicación que se distribuirá sobre el grupo de EPS para Trabajo Social, Licenciado Marco Rosales, Escuela de Trabajo Social.

28 de junio, programación otorgada sobre productos comunicacionales, enviado por el Licenciado Marco Rosales

4. Julio

Domingo	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	31	

Fuente gráfica calendarios: Elaboración propia

3 de julio, información recibida sobre el logo oficial de la Escuela de Trabajo Social en formato jpg.

3 de julio, envío de propuestas sobre los tres productos solicitados por el Licenciado Marco Rosales

6 de julio al 7 de julio, diseño de estructura para el manual de comunicación institucional.

8 de julio, información recibida por parte del Licenciado Marco Rosales, sobre el calendario del área de extensión, de la Escuela de Trabajo Social

15 de julio, se recibe carta de aceptación por parte de la Escuela de Trabajo Social

18 de julio, se recibe calendario del departamento de extensión por parte del Licenciado Marco Rosales

27 de julio al 28 de julio; diseño de estructura para la campaña de teletrabajo.

31 de julio, entrega de informe Capítulo I y II

5. Agosto						
Domingo	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31					

Fuente gráfica calendarios: Elaboración propia

6 de agosto, entrega de estructura por parte de la coordinación de eps para la fase de ejecución.

7 de agosto al 12 de agosto, diseño digital del manual de comunicación institucional.

13 de agosto, envío de avances sobre el manual de comunicación institucional al Licenciado Marco Rosales.

17 de agosto, envío de modelos para la línea de papelería interna al Licenciado Marco Rosales

20 de agosto, envío de propuestas para campaña de teletrabajo al Licenciado Marco Rosales

21 de agosto, diseño de *focus group*, encuesta por medio de *google forms*.

22 de agosto al 23 de agosto, divulgación a la comunidad de estudiantes de la Escuela de Trabajo Social

24 de agosto al 25 de agosto, cotizaciones al Diseñador gráfico Ed Pineda para la ejecución del material gráfico.

25 de agosto, diseño de spots publicitarios para campañas teletrabajo y acreditación.

26 de agosto al 27 de agosto, edición y publicación de *spots* publicitarios para campañas

27 de agosto y 28 de agosto, estructura y diseño de guiones para videos de campaña, diseño de artes para campañas

29 de agosto, publicación de la propuesta para el manual en Scribd, diseño de guión técnico.

31 de agosto, entrega de informe ejecución.

6. Septiembre

Domingo	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30			

Fuente gráfica calendarios: Elaboración propia

1 de septiembre al 5 de septiembre. Planificación de contenido, distribución de elementos a considerar en el marco de manual institucional, extracción de colores oficiales por medio de Photoshop, diseño de modelo de papelería oficial para la comunicación interna y externa.

3 de septiembre. Entrega de propuestas visuales al Licenciado Rosales. Estas propuestas contienen fotografías, colores e información sobre el sitio oficial de la organización quien otorga la acreditación.

6 de septiembre al 12 de septiembre. Diagramación del contenido, en las plataformas *photoshop* y *canva Premium*.

14 de septiembre Envío de avances del Manual Institucional

Del 18 al 20 de septiembre Envío del diseño membretado para la línea de papelería

Del 15 al 26 de septiembre Revisión y correcciones por el Licenciado Rosales

29 al 30 de septiembre. Entrega del material terminado de manera digital, email

3.10 Programación y calendarización de conferencias de contenido para el enriquecimiento de la parte teórica, planificación otorgada por la coordinación del Ejercicio Profesional Supervisado.

1. Mayo						
Domingo	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30
31						

Fuente gráfica calendarios: Elaboración propia

5 de mayo, Videoconferencia Licenciado Yoshiro Gómez con el tema “Creatividad para Radio” 17:30 a 18:50 horas.

6 de mayo, Primera conferencia, Licenciada Brenda Chacón con el tema “Comunicación Organizacional”

8 de mayo, Segunda Videoconferencia, Licenciado Jonathan Mejía con el tema “Comunicación en tiempos de crisis”

12 de mayo, Videoconferencia Licenciado Sergio Rinaldi, con el tema “Los grandes retos de nuestra profesión ante la crisis mundial y las nuevas tecnologías”

13 de mayo, Tercera videoconferencia. Licenciada Sandra de Corzo con el tema “Árbol de problemas y el FODA”

15 de mayo, Cuarta videoconferencia, Máster Walter Pérez. Con el tema “Redacción de objetivos para diagnóstico y estrategia de Comunicación”

20 de mayo, Quinta videoconferencia, Licenciada Krista Ramírez con el tema “Enfoque cualitativo y cuantitativo”

22 mayo, Sexta videoconferencia, Máster Evelin Hernández. Con el tema “Análisis de recopilación de datos”

25 de mayo, Videoconferencia con Licenciado Mynor Martínez con el tema “Herramientas digitales para la nueva comunicación”

27 de mayo, Séptima videoconferencia por la Máster Evelin Morazán con el tema “Barreras de la Comunicación”

29 de mayo, Octava videoconferencia por el Doctor José María Torres con el tema “Eficiencia de la expresión verbal de video conferencia académicas”

2. Julio

Domingo	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	31	

Fuente gráfica calendarios: Elaboración propia

7 de julio, Conferencia con Raúl Urbina con el tema “La radio en línea en la nueva era digital”

3. Agosto						
Domingo	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31					

Fuente gráfica calendarios: Elaboración propia

7 de agosto, Víctor Figueroa con el tema “Salud ocupacional y normas complementarias para la prevención de COVID-19 en lugares de trabajo”

11 de agosto, Máster Maynor Amézquita con el tema “Desarrollo del plan de comunicación”

12 de agosto, Licenciado Mynor Martínez con el tema “Herramientas digitales para la ejecución del plan de comunicación”

15 de agosto, Ricardo Girón con el tema “Manejo de herramientas digitales y medios de comunicación en la actualidad”

17 de agosto, Máster Marvin Sarmientos, con el tema “Creando contenidos para redes sociales”

19 de agosto, Flavio Pivaral con el tema “Herramientas para estrategias de comunicación digital efectivas”

20 de agosto, Máster Jorge Roberto Morales con el tema “El proceso de la estrategia de comunicación desde su concepto hasta la aplicación”

24 de agosto, Licenciada Edna Marroquín de León con el tema “La importancia de la comunicación interna en tiempos de crisis”

26 de agosto, Máster Evelin Hernández con el tema “¿Cómo evaluar mi proyecto?”

28 de agosto, Licenciada Lourdes María Ramírez con el tema “Organizar, controlar y concluir”

Conclusiones

Al analizar la comunicación institucional de la Escuela de Trabajo Social de la Universidad de San Carlos de Guatemala, se concluye que esta posee dos públicos que son importantes para su funcionamiento, el cual lo componen los docentes, personal administrativo, auxiliares de mantenimiento y estudiantes. Siendo estos dos objetivos que influyen en la actividad regular y constante, estos interactúan entre sí, influyen en la comunicación organizacional y de ellos depende la imagen pública que esta refleja. Siendo la Escuela de Trabajo Social una institución con un gran sentido de responsabilidad social la cual mantiene una imagen que determina la identidad de su comunidad estudiantil, esto refuerza la reputación, sentido de pertenencia y optimiza la eficacia de la administración general.

La comunicación institucional suele confundirse con la comunicación organizacional, para la Escuela de Trabajo Social. Una entidad que solo posee un manual de organización por ello es importante que determine una imagen pública para obtener una línea de cambio que admita la producción de nuevas estrategias de comunicación, las cuales asignarán un aspecto profesional y trascendente en sus distintos públicos objetivos, trabajando de la mano con la misión, visión y valores que la institución refleja. La legitimidad de la escuela actúa de la mano a los recursos y cómo son implementados.

Desde la perspectiva de la comunicación institucional la influencia que ejerce la organización con su comunidad, establece el crecimiento continuo y ordenado del entorno que engloba a la Escuela de Trabajo Social. Esto permite fortalecer la participación incluyente en la creación de una identidad corporativa y profesional, las funciones educativas y administrativas deben mantener la misma línea empresarial, integrando a la comunicación en todas las fases y departamentos esto desarrolla a nivel interno y externo para una identidad corporativa que forma y que establezca a un mediano plazo un beneficio propio para la institución.

Recomendaciones

- Se recomienda la creación de correos institucionales para los docentes y encargados de las diferentes áreas de la Escuela de Trabajo Social, esto facilitará la comunicación desde aspectos profesionales representando innovación en aspectos tecnológicos; estos pueden ser de dominio *google* en sus distintas presentaciones como *classroom* o *gmail*.
- La creación de una línea de contenido que determine una misma línea de colores, versión de logos y tipografía, esto fortalece el aspecto virtual de los medios digitales, determinando una imagen pública a nivel interno y externo.
- Re diseño de la página web oficial, de la mano a la línea de contenido de redes sociales en las cuales obtenga un recorrido dinámico y fácil, siendo este un sitio que permita ofrecer una imagen profesional, institucional y distintiva para la Escuela de Trabajo Social.
- Creación de páginas en redes sociales, *Facebook* e *Instagram* de los principales departamentos que componen el círculo principal de administración de la Escuela de Trabajo Social de la Universidad de San Carlos, con el fin de dividir las distintas consultas del público interno y externo y éstas puedan resolver a con mayor eficacia los trámites a su cargo.
- Considerar la creación de un puesto laboral para un diseñador gráfico quien tenga a cargo la línea de contenido, así mismo, este cargo llevar el manejo de las redes sociales principales.
- Crear una línea de scripts o bases de datos, para las respuestas de los distintos comentarios. Esto facilitará la comunicación entre el público interno y externo que consulte por medio de las redes sociales.
- Considerar la implementación de *bots* o robots automáticos en las redes sociales; para obtener una respuesta pronta e informar sobre la actividad reciente de la Escuela de Trabajo Social de la Universidad de San Carlos de Guatemala, esto permitirá dividir y responder las consultas realizadas por vía digital.
- Ejecución de un manual oficial de comunicación institucional el cual incluya los elementos gráficos que componen la imagen pública de la Escuela de Trabajo Social,

este pueda ser publicado en las distintas redes sociales y en *google* para su mejor distribución.

- Creación de un dominio en drive, en la cual se puedan compartir documentos oficiales de la Escuela de Trabajo Social, siendo esto una fuente de confianza en la información a distribuir.
- Crear un directorio de docentes y personal administrativo con correos institucionales, esto facilitará la comunicación inmediata sobre consultas de estudiantes y sus distintos procesos.
- Para futuras investigaciones, se recomienda formar un proyecto medible y alcanzable a un mediano plazo, considerando que los objetivos deben mostrar resultados en cambios que impacten en modelos de gestión y administración.
- Adicional, en propuestas en comunicación institucional, se recomienda la ejecución de proyectos que rijan la continuidad de la implementación el proceso de identidad corporativa junto al proceso de evaluación al sentido de pertenencia para el público interno y externo de la Escuela de Trabajo Social.

Bibliografía

- Canel, M. J. (1 de abril de 2020). *El País*. Recuperado el 2020 de mayo de 27, de https://elpais.com/elpais/2020/03/31/opinion/1585667419_111894.html
- Capriotti, P. (2013). *Planificación estratégica de la Imagen Corporativa*. Málaga, España: Instituto de Investigación en Relaciones Públicas.
- Chacón, B. (2020). Comunicación Organizacional o Corporativa. *Zoom*. Guatemala.
- Colussi, J. (2016). Uso de Facebook como medio de la comunicación alternativo por la "Marcha das Vadias Sampa". *Revista Latinoamericana de Comunicación*, 401-417.
- Escuela de Trabajo Social, U. (Junio de 2008). *Catalogo, Trabajo Social*. Recuperado el 09 de Mayo de 2020, de <https://www.usac.edu.gt/catalogo/trabajosoc.pdf>
- Escuela de Trabajo Social, U. (2020). Recuperado el 06 de mayo de 2020, de <http://trabajosocial.usac.edu.gt>
- Fernández Collado, C. (s.f.). La comunicación en las organizaciones. *Libertad Periodística*, 27.
- Gutiérrez, V., & Brennan, B. (2011). *Guía para la elaboración de la estrategia de comunicacion de riesgo, de la teoría a la acción*. Canada: Organización Panamericana de la Salud.
- Guzman Paz, V. (2012). *Comunicación Organizacional*. México: Red tercer milenio.
- Mejía, J. (2020). ¿Cómo comunicar en tiempos de crisis? *Zoom*. Guatemala.
- Montani, J. (24 de abril de 2010). *EL País*. Recuperado el 2020 de mayo de 17, de ElPaís, agenda Pública: <http://agendapublica.elpais.com/la-pandemia-acelera-la-cuarta-revolucion-industrial/>
- Mundo, B. N. (9 de mayo de 2020). Coronavirus: el mapa que muestra el número de infectados y muertos en el mundo por covid-19. *BBC Mundo*, pág. 1.
- Paolo, M., & Kamlongera, C. (2008). *Los principios para el Diseño de una Estrategia de Comunicación*. Roma, Italia: Jefe de la Subdirección de Políticas y Apoyo en Materia de Publicación Electrónica.
- Prieto Castillo, D. (1999). *La comunicacion en la educación*. Buenos Aires, Argentina: Ediciones CICCUS-La Crujía.
- Prieto Gutiérrez, J. J. (2011). Herramientas para el análisis y monitoreo en Redes Sociales. *IRIE, Internacional Review of Information Ethics*, Vol. 16, 8.
- Ríos, Q. (16 de Marzo de 2009). Imagen institucional. (D. d. Conferencia, Entrevistador)

Social, E. d. (22 de septiembre de 2020). *Escuela de Trabajo Social, USAC*. Obtenido de Escuela de Trabajo Social, USAC: http://c4.usac.edu.gt/trabajosocial/wordpress/?page_id=29

USAC. (2013). *Listado de Carreras por unidad Académica*. Recuperado el 13 de Mayo de 2020, de <https://www.usac.edu.gt/g/Carreras-de-Grado-USAC-2013.pdf>

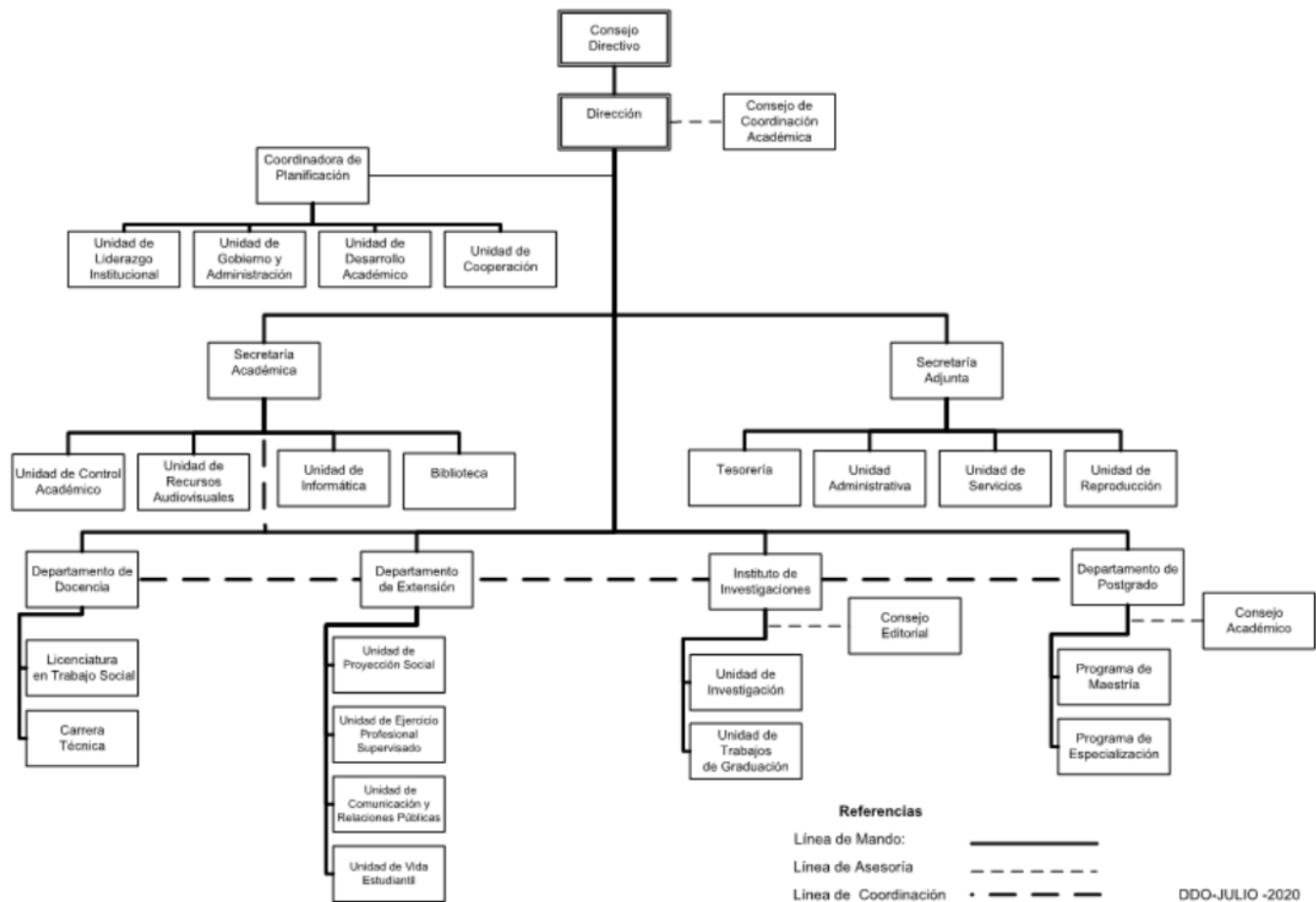
USAC, E. d. (2012 de Julio de 2012). *Manual de Organización, Escuela de Trabajo Social*. Recuperado el 2020 de mayo de 17, de Consejo Directivo Escuela de Trabajo Social.

USAC, S. G. (2019 de enero de 7). Recuperado el 2020 de mayo de 17, de <https://presupuesto.usac.edu.gt/wp-content/uploads/2019/01/Punto-CUARTO-inciso-4.3-Acta-36-2018-aprobaci%3b3n-Presupuesto-de-Ingresos-y-Egresos-2019.pdf>

Yalle Taboada, E. A. (2015). *La gestión administrativa y la imagen institucional de la institución educativa 7073 de la UGEL n. 01*. Lima, Perú: Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle.

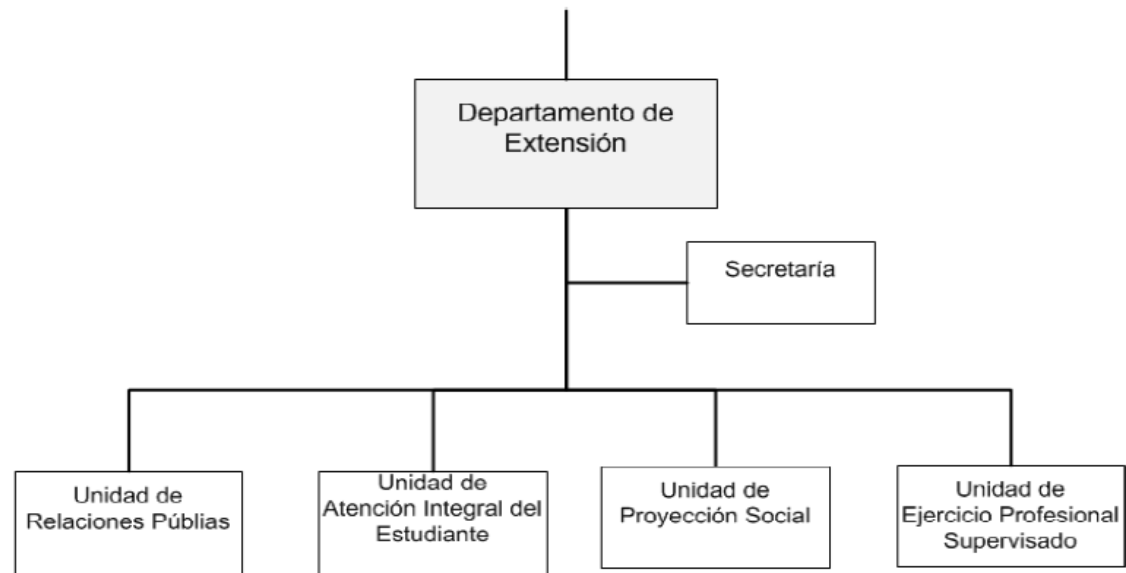
Anexos

Anexo 1. Organigrama General, Escuela de Trabajo Social. USAC



Fuente: Sitio Web, Escuela de Trabajo Social 2020, USAC

Anexo 2. Organigrama Específico, Unidad de Extensión y Relaciones Públicas.



Fuente: Manual de Organización, Escuela de Trabajo Social 2012, USAC

Anexo 3. Monitoreo redes sociales.

Fecha: 26/05/2020, Facebook



Anexo 4. Monitoreo redes sociales.

Fecha: 26/05/2020, Instagram



Anexo 5. Página Web. Escuela de Trabajo Social de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

The screenshot displays the website for the Escuela de Trabajo Social de la Universidad de San Carlos de Guatemala. The header includes the USAC logo and the text 'Escuela de Trabajo Social'. A navigation menu contains links for Inicio, Conócenos, Organización, Carreras, Noticias, Docencia, Investigación, Extensión, and Administración, along with a search icon and a 'Menú de Estudiante' dropdown.

Two video thumbnails are shown below the menu. The left one is titled 'Video de Presentación Institucional de la Esc...' and the right one is 'VID 20200509 WA0030'. Both have 'Ver más ta...' and 'Compartir' options.

The main content area features a 'Contactenos' section on a blue background with the following information:

- Contactenos**
- Edificio S1
Ciudad Universitaria zona 12,
Guatemala, Guatemala.
- 502 24188000 Ext. 85450
- 502 24188850-58
- trabajosocial@usac.edu.gt
- www.trabajosocial.usac.edu.gt

To the right of the contact information is an 'Autoridades' section with a profile icon and the following details:

- Autoridades**
- Licda. Alma Lilian Rodríguez Tello**
DIRECTORA
Correo direcciones2017.2021@gmail.com
Extensión telefónica 103
- Licda. Mima Lisette Valle Peralta**
SECRETARIA ADMINISTRATIVA
Correo secreadmon2017.2021@gmail.com
Extensión telefónica 131 y 118
- Licda. Luz Marina López Samayoa**
SECRETARIA ACADEMICA
Correo secretariacademica2017.2021@gmail.com
Extensión telefónica 106 y 119(Secretaria)

The footer contains the copyright notice: '© 2020 Escuela de Trabajo Social. - Responsable Ing. Carlos Pérez - All Rights Reserved.' and social media icons for Facebook, Google+, Twitter, YouTube, LinkedIn, Instagram, and Blogger.

Anexo 6.

Formato de entrevista Semi-estructurada, aplicada al Licenciado Marco Rosales



Guía de preguntas Semi Estructuradas, dirigida a Licenciado Marco Rosales, encargado del departamento de Extensión y relaciones públicas de la Escuela de Trabajo Social.

Instrucciones:

El Objetivo de la entrevista es determinar la situación de la comunicación institucional en la Escuela de Trabajo Social de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

Los datos que se proporcione serán utilizados únicamente para la elaboración de un diagnóstico de comunicación y con fines académicos.

Entrevistado	Edad	Cargo	Profesión	Fecha	Hora	Entrevistador

1. ¿Considera usted que la pandemia manifestó una crisis para la Escuela de Trabajo Social?
2. ¿Qué medios de comunicación han tenido con el personal interno?
3. ¿Cómo ha sido la adaptación hacia el entorno digital?
4. ¿Qué tan efectivas están siendo las redes sociales?
5. ¿Qué mediciones o flujos tienen para evaluar dicha efectividad?
6. Por el momento, durante la crisis. ¿han implementado estrategias de comunicación en las redes sociales?
7. ¿Se ha presentado algún tipo de evolución dentro de las redes sociales?
8. ¿Cómo se ha dado la comunicación con otras organizaciones?
9. ¿Han tenido alguna capacitación para la optimización de las herramientas digitales?
10. ¿Sus objetivos institucionales se han visto afectados por la crisis?

*Entrevistas realizadas a través de la plataforma *Zoom* y llamadas telefónicas.

Anexo 7.

Guía de observación y control de redes sociales.

	Facebook			Instagram		
Tipo de publicación	Fecha	Reacciones	Número de veces Compartida	Fecha	Me gusta	Comentarios
Informativa						
Comunicado						
Informativa						
Informativa						
Festiva						
Informativa						
Informativa						
Informativa						
Festiva						
Informativa						

Fuente: Elaboración propia



Anexo 8.

Guía de observación, dirigida a la página web institucional

Instrucciones:

El Objetivo de la guía es conocer del manejo de información, estructura y contenido dentro del sitio web oficial de la Escuela de Trabajo Social de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

Los datos que se proporcione serán utilizados únicamente para la elaboración de un diagnóstico de comunicación y con fines académicos.

Aspecto a evaluar	Si	No	Observación
1. Uso de Logos Institucionales			
USAC	✘		Logo completo, tamaño pequeño
Escuela de Trabajo Social		✘	No posee, únicamente letras azules
2. Distribución de Información			
Pestañas	✘		Por contenidos
Enlaces o Links	✘		Únicamente hacia la plataforma de Youtube y medios académicos.
Por departamentos	✘		Información específica
Por dependencias	✘		Información específica
Áreas de estudiante	✘		Menú de control al estudiante
Área de docentes		✘	No posee
3. Distribución de diseños y esquemas			
Cuadros de texto	✘		Cuadros de texto por noticias
Imágenes o videos	✘		Determinado por la pestaña
Búsqueda de información	✘		Mantiene espacio de búsqueda
4. Créditos			
Notas al estudiante		✘	No posee
Comunicados		✘	No posee
Personal responsable del sitio web	✘		Mantiene créditos del responsable del sitio.

Observaciones:

La página principal tiene enlaces hacia sitios digitales que ayudan en el proceso de adaptación y formación apoyando la comunicación entre docentes y estudiantes.

Registro y estadística, Sistema integrado de información financiera, Biblioteca central y portal del trabajador.

Anexo 9

Transcripción de puntos importantes sobre las entrevistas realizadas al Licenciado Marco Rosales, de la Escuela de Trabajo Social.

Primeros contactos, vía telefónica.

El licenciado Rosales, indica que “dentro de las alianzas estratégicas cuentan con el evento de inclusión; en este se refuerza la ciencia del trabajo social a través de charlas informativas en dónde la función principal es, que los estudiantes repliquen la misma información en trabajos de campo en comunidades al momento de poner en práctica el eps”

-Para el contacto en redes sociales “nuestras páginas llevan el mismo nombre Periódico Trabajo Social, USAC, en *Facebook* y en *instagram*. Esta página la manejo yo, esta pertenece al departamento de Extensión y relaciones públicas, yo programo y edito toda la información que ahí se maneja”

-Sobre el departamento de extensión “nuestro objetivo es difundir la ciencia y la tecnología dentro del campo del Trabajo Social”

Repuestas por parte del Licenciado Rosales, entrevista por vía telefónica.

-Epesista: ¿Por qué medio viabilizan la información de la Escuela?

-Lic Rosales: Depende de las tareas a realizar, por lo regular son reuniones semanales. Los docentes están utilizando *classroom*, no todos lo utilizan y administración por correos electrónicos o *whatsapp*.

-Epesista: ¿Por qué medio están impartiendo clases los docentes?

-Lic. Rosales: Los docentes tienen la libertad de escoger el medio que se les facilite, algunos usan *zoom* otros *classroom*, están en la disposición de utilizar el que prefieran.

-Epesista: ¿Quién maneja el sitio web de la escuela?

-Lic. Rosales: Este sitio web, tiene una navegación ambigua, un poco monótona. Su estructura es un poco complicada, sin embargo para poder realizarle cambios, debe ser aprobado por dirección y llevar un presupuesto.

-Epesista: ¿Cómo se ha manejado la crisis?

-Lic. Rosales: se maneja mediante el personal administrativo y docente, luego se transmite a los estudiantes.

-Epesista: ¿Cómo ha sido la adaptación de la tecnología por la pandemia?

-Lic. Rosales: Se ha digitalizado la mayoría, usamos grupos de *whatsapp*, *Facebook*, *Classroom*, *Zoom* y *meet*.

-Epesista: ¿Cómo ha sido la adaptación del estudiante?

-Lic. Rosales: Algunos han presentado problemas de conexión, por diversos factores.

-Epesista: Para este diagnóstico, ¿es bueno considerar a los centros regionales?

-Lic Rosales: no, únicamente el campus central.

Anexo 10.

Fotografía, edificio S1, USAC. Campus Central.

Portada de la Página de *Facebook*, extraída el 25 de mayo 2020.



Fuente: google imagenes

Anexo 11.

Croquis, Ubicación del edificio



Fuente: google imágenes

Anexo 12

Constancia de Cursos, ETS

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA ESCUELA DE TRABAJO SOCIAL HISTORIAL DE CURSOS ASIGNADOS

No. carné: _____ Fecha: **22/07/2020**

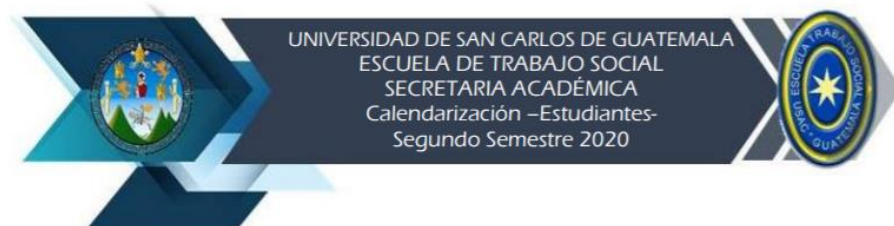
Estudiante: _____ Reg. 201906809

Carrera: Licenciatura en Trabajo Social

CODIGO CURSO	NOMBRE CURSO	ZONA	EXAMEN FINAL	NOTA	FECHA ASIGNACIÓN
1	Trabajo Social I	55	21	76	15/02/2019
10	Sociología II	34	25	59	07/02/2020
10	Sociología II	34	14	48	18/05/2020
12	Educación Popular	48	18	66	07/02/2020
13	Historia de Guatemala	51	20	71	15/02/2019
14	Investigación Social III	55	23	78	07/02/2020
15	Matemática I	55	15	70	30/12/2019
16	Comunicación Social	58	25	83	02/07/2020
17	Electivo I	39	24	63	07/02/2020
2	Filosofía	51	23	74	15/02/2019
21	Estadística I	54	13	67	02/07/2020
23	Políticas Sociales	50	25	75	15/08/2019
3	Lenguaje	40	11	51	15/02/2019
3	Lenguaje	40	14	54	01/06/2019
3	Lenguaje	40	16	56	15/07/2019
3	Lenguaje	57	19	76	07/02/2020
38	Ciencia Política	51	14	65	07/02/2020
4	Investigación Social I	53	24	77	15/02/2019
5	Sociología I	47	29	76	15/08/2019
6	Trabajo Social II	45	18	63	15/08/2019
7	Investigación Social II	57	18	75	15/08/2019
9	Logica Formal y Dialectica	44	13	57	15/08/2019
9	Logica Formal y Dialectica	44	28	72	19/11/2019
TOTAL CURSOS		23			
PROMEDIO:		67			

Anexo 13

Calendario actividades regulares, ETS



No.	ACTIVIDADES	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
1	INSCRIPCIÓN • Estudiantes de reingreso	1 al 31					
2	Pago Evaluación de Recuperación Segunda Oportunidad	1 al 5					
3	Evaluación de Recuperación Segunda Oportunidad • Nivel de Licenciatura • Carrera Técnica	6 al 10 11					
4	Inicio de clases • Licenciatura en Trabajo Social • Carrera Técnica	13 11					
5	Aplicación Prueba Específica Trabajo Social a Aspirantes		7	18	30	24	

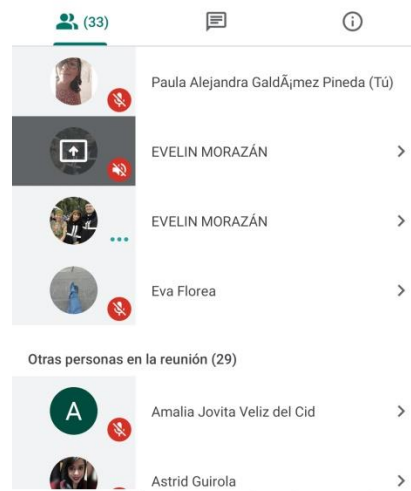
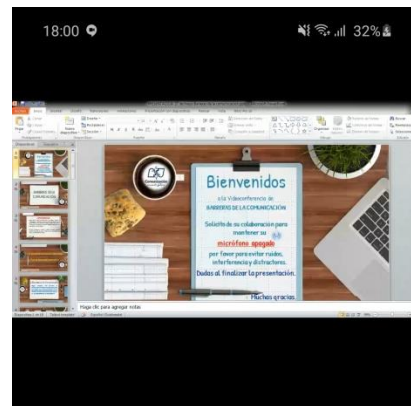
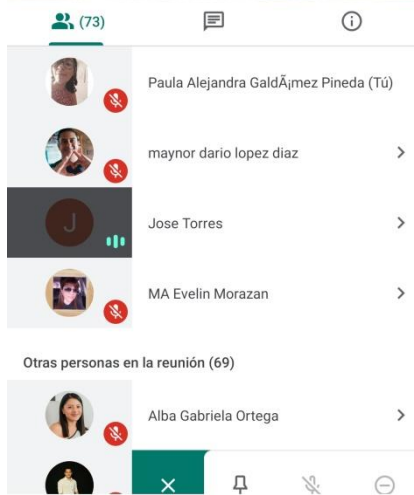
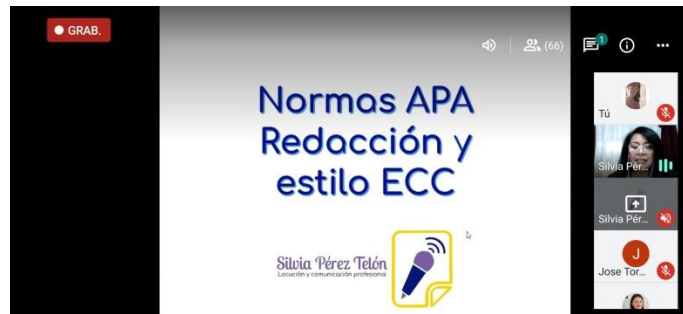
Anexo 14

Captura, presupuesto asignado a la Escuela de Trabajo Social 2019-2020. Punto cuarto, inciso 4.3, Acta No. 36-2018 del 28 noviembre 2018.

64	DIRECCION GENERAL DE ADMINISTRACION	20,691,756.00
65	CUSAM	18,341,764.00
66	ESCUELA DE CC FÍSICA Y MATEMÁTICA	5,079,340.00
67	CUDEP	16,278,928.00
68	ESCUELA DE TRABAJO SOCIAL	14,383,332.00
69	CUNIZAB	6,957,183.00

Anexo 15

Conferencias de coordinación EPS para estudiantes

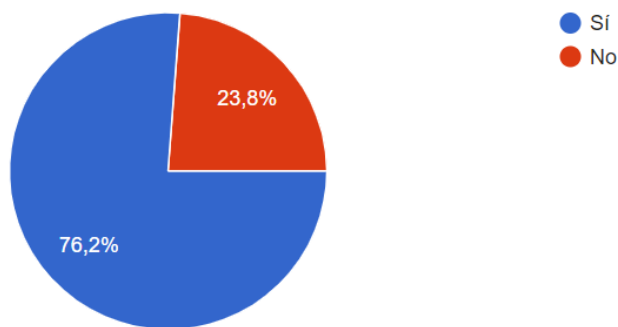


Anexo 16

Resultados encuesta divulgada por medio de *google forms*

¿Ha tramitado algún documento a la administración de la Escuela de Trabajo Social? Ej. Control Académico, tesorería o biblioteca.

84 respuestas

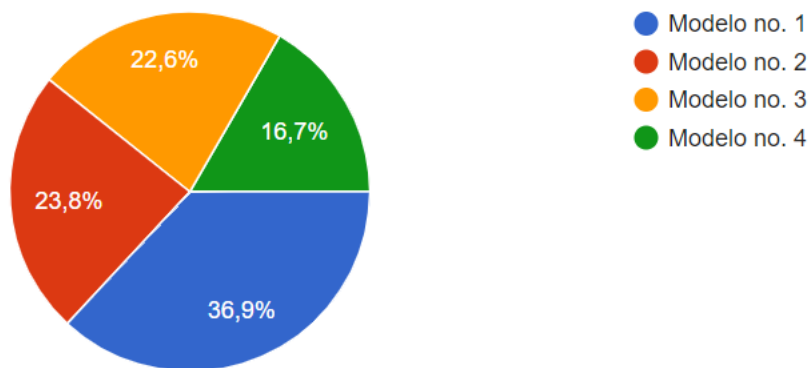


Fuente: Google forms

Anexo 17, resultados de la encuesta sobre el modelo de papelería interna

Seleccione el modelo de su preferencia

84 respuestas



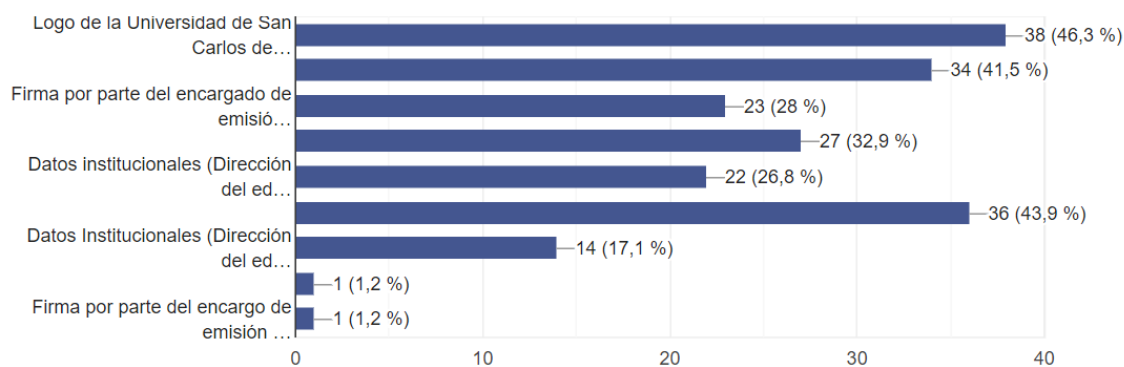
Fuente: Google forms

Anexo 18,

Resultados del contenido dsobre los documentos emitidos por la Escuela de Trabajo Social

Los documentos que ha solicitado a la Escuela de Trabajo Social incluyen:

82 respuestas



Fuente: Google forms

Anexo 19

Resultados, encuesta. Pregunta abierta

De haber respondido "Si" a la pregunta anterior, indique documentos ha solicitado

65 respuestas



Fuente: Google Forms, Focus group realizado a estudiantes de la Escuela de Trabajo Social

Anexo 20

Tabulación de información, resultados de encuesta.

No.	Documento	Número de respuestas
1.	Constancia de cursos	22
2.	Certificación de examen específico	3
3.	Equivalencia	4
4.	Certificación curso de computación	3
5.	Cierre de pensum	2
6.	Solicitud mobiliario para extra aula	1
7.	Libros	4
8.	Validación de idioma adicional	1
9.	Carné vigente	1
10.	Carta a computación	4
11.	Notas	1

Tabulación de información encuesta. Fuente: Elaboración propia

Anexo 21

Planificación por parte de la coordinación del ejercicio profesional supervisado para el año 2020

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
EPS DE LICENCIATURA 2020

Cronograma de actividades a desarrollar durante el proceso del Ejercicio Profesional Supervisado -EPS- Licenciatura de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

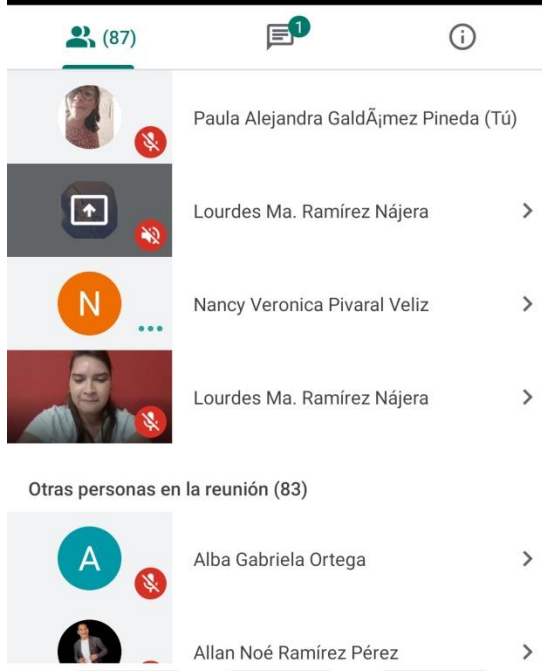
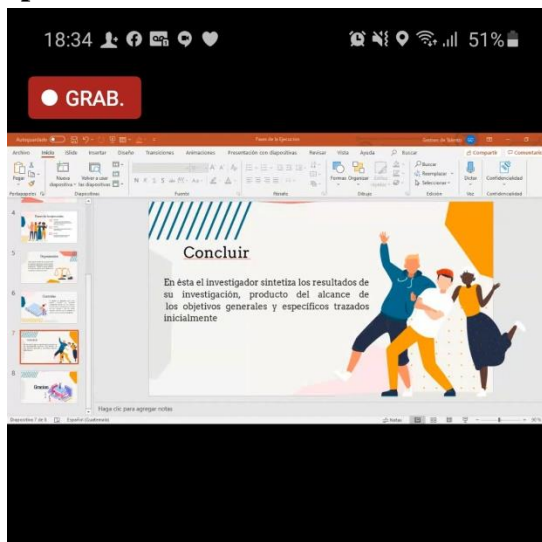
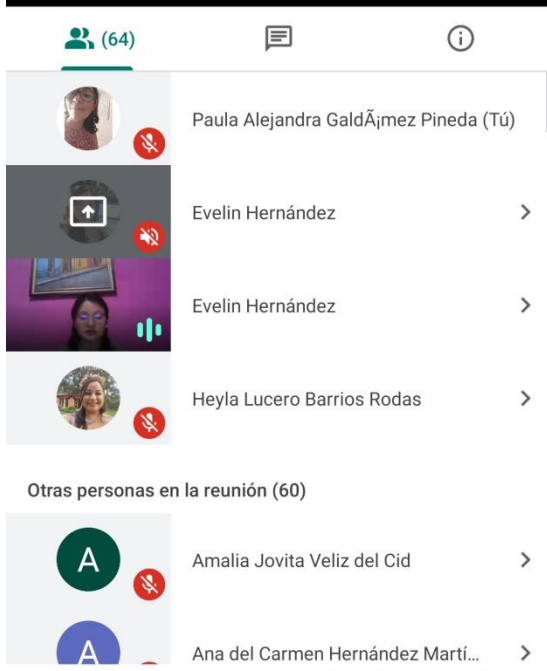
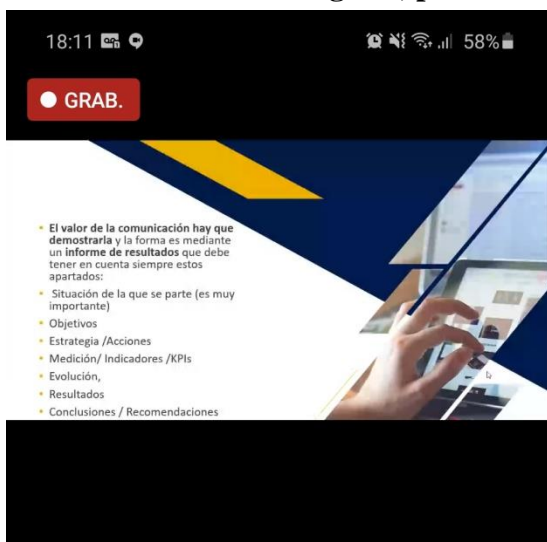
No.	Actividad	MESES																																												
		Marzo					Abril					mayo					Junio					julio					Agosto					septiembre					Octubre									
	Descripción	S1	S2	S3	S4	S5	S1	S2	S3	S4	S5	S1	S2	S3	S4	S5	S1	S2	S3	S4	S5	S1	S2	S3	S4	S5	S1	S2	S3	S4	S5	S1	S2	S3	S4	S5	S1	S2	S3	S4	S5					
1	Elaboración y entrega de informes de Fase Propedéutica, más investigación de campo inicial	■	■																																											
2	Proceso de entrega papelería de EPS para completar inscripción EPS- Licenciatura	■	■	■	■																																									
3	Elaboración de la Evaluación Diagnóstica de Comunicación			■	■	■	■	■	■	■	■																																			
4	Elaboración y entrega de Plan de Comunicación											■	■	■	■	■																														
5	Ejecución del Plan de Comunicación											■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■																								
6	Elaboración del Informe Final																						■	■	■	■	■																			
7	Presentación del borrador informe final para revisión																											■	■	■	■	■														
8	Evaluación de informes, entrega de informe digital y escrito																											■	■	■	■	■														
9	Finalización del EPS de Licenciatura																																							■	■					

Dr. José María Torres Carrera
Coordinador EPS Licenciatura en Ciencias de la Comunicación

Elaboración: Coordinación EPS 2020

Anexo 22

Conferencias del mes de agosto, planificadas por coordinación del EPS



Anexo 23

Cotización, diseñador Gráfico. Ed del Cid

<h1>Cotización</h1>		Guatemala, 25 de Agosto del 2020
Ciente: Alejandra Galdámez		
Se ponen a disposición las siguientes ofertas de Diseño en base al Brief:		
• Paquete de Diseño Básico		
• Manual de Identidad Institucional (5 aplicaciones en piezas gráficas vectoriales)		Q.1,300
• Proceso de Investigación y Conceptualización		
• Rediseño de Logotipo (3 propuestas de diseño finales)		
• Moodboard de Diseño (3 propuestas de Paletas de colores y estilos gráficos)		
• Creación de identidad e imagen de institución (3 propuestas gráficas finales)		
• Campaña publicitaria de Redes (Periodo de 2 semanas, 4 posts, foto de perfil y portada)		Q.750
• Definición de estrategias según público objetivo		
• Creación de mensaje publicitario (Copy)		
• Utilización de vectores en posts		
	Total:	Q.2,050
El valor total incluye 3 cambios por elemento/pieza seleccionado en asesorías con cliente		
• Paquete de Diseño Estándar		
• Manual de Identidad Institucional (10 aplicaciones en piezas gráficas vectoriales con retoque)		Q.2,500
• Proceso de Investigación y Conceptualización		
• Rediseño de Logotipo (5 propuestas de diseño finales)		
• Moodboard de Diseño (5 propuestas de Paletas de colores y estilos gráficos)		
• Creación de identidad e imagen de institución (5 propuestas gráficas finales)		
• Campaña publicitaria de Redes (Periodo de 2 semanas, 8 posts, foto de perfil y portada)		Q.1,250
• Definición de estrategias según público objetivo (Creación de insight)		
• Creación de mensaje publicitario (Copy)		
• Utilización de vectores y retoque digital en posts		
	Total:	Q.3,750
El valor total incluye 6 cambios por elemento/pieza seleccionado en asesorías con cliente		
• Paquete de Diseño Premium		
• Manual de Identidad Institucional (15 aplicaciones en piezas gráficas vectoriales o mockup 3D)		Q.3,200
• Proceso de Investigación y Conceptualización		
• Rediseño de Logotipo (10 propuestas de diseño finales)		
• Moodboard de Diseño (8 propuestas de Paletas de colores y estilos gráficos)		
• Creación de identidad e imagen de institución (8 propuestas gráficas finales)		
• Campaña publicitaria de Redes (Periodo de 4 semanas, 15 posts, foto de perfil y portada animada)		Q.1,900
• Definición de estrategias según público objetivo (Creación de insight y estr. de Marketing)		
• Creación de mensaje publicitario (Copy y Eslogan)		
• Utilización de vectores con retoque o fotografía en posts		
	Total:	Q.5,100
El valor total incluye 8 cambios por elemento/pieza seleccionado en asesorías con cliente		
		Edgar del Cid
		☎ 54542398
		✉ edelcidpineda@gmail.com

Anexo 24:

Portafolio, Ed del Cid



Fuente: Portafolio 2020, Ed Pineda



Fuente: Portafolio 2020, Ed Pineda

Anexo 25

Cotización por Soy502, agencia publicitaria



POST FACEBOOK



POST INSTAGRAM

HOME PRODUCTOS CONTACTANOS FORMULARIO



STORY FACEBOOK



STORY INSTAGRAM

2 formatos a escoger	
DURACIÓN	Estrategia de 1 semana
PRECIO	\$1,600.00

1 formato a escoger	
DURACIÓN	Estrategia de 1 semana
PRECIO	\$1,000.00

Fuente: Soy 502, cotizaciones

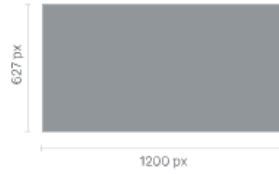
Anexo 26

Especificaciones de formatos, Soy 502



ESPECIFICACIONES REDES SOCIALES

POST FACEBOOK



Se envían los materiales en imagen .JPG

O editables de los materiales en .PSD o .AI para ajustar al tamaño

JPG

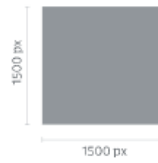
Imagen

PS

AI

Photoshop Illustrator

POST INSTAGRAM



Se envían los materiales en imagen .JPG

O editables de los materiales en .PSD o .AI para ajustar al tamaño

JPG

Imagen

PS

AI

Photoshop Illustrator

STORIES FACEBOOK E INSTAGRAM



Se envían los materiales en imagen .JPG o video .MP4

O editables de los materiales en .PSD o .AI para ajustar al tamaño

JPG

Imagen

MP4

Video Duración máx. 15s

PS

AI

Photoshop Illustrator

Fuente: Soy 502, cotizaciones

Anexo 27

Encabezado y pie del página para la línea de papelería interna de la Escuela de Trabajo Social de la Universidad de San Carlos de Guatemala.



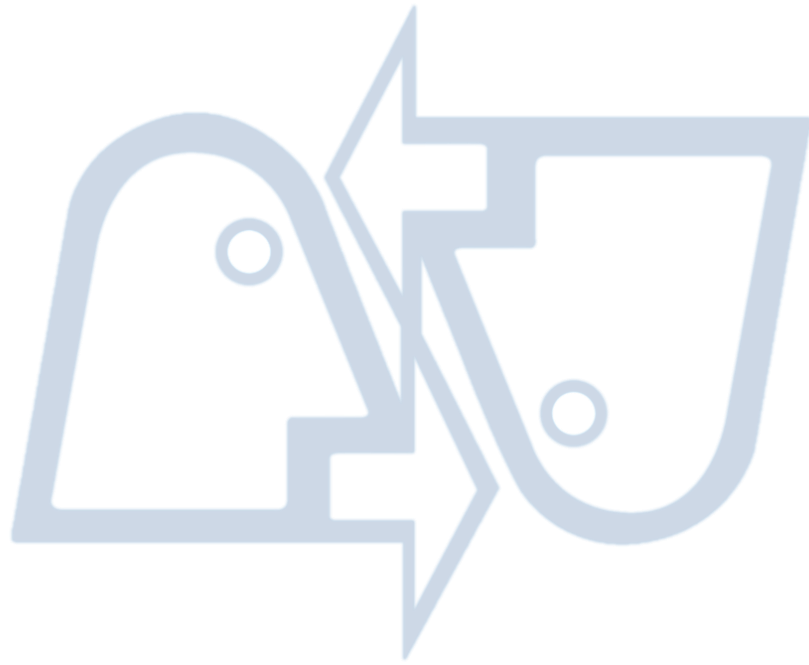
Logotipo: Escuela de Trabajo Social de la Universidad de San Carlos de Guatemala

Edificio S1, Ciudad Universitaria, zona 12
Ciudad de Guatemala, C.A
Telefono 2418-8550
<http://www.trabajosocial.usac.edu.gt/>



Diagramación: Elaboración propia

Datos: Información institucional, Escuela de Trabajo Social



Comunicación

creando futuro