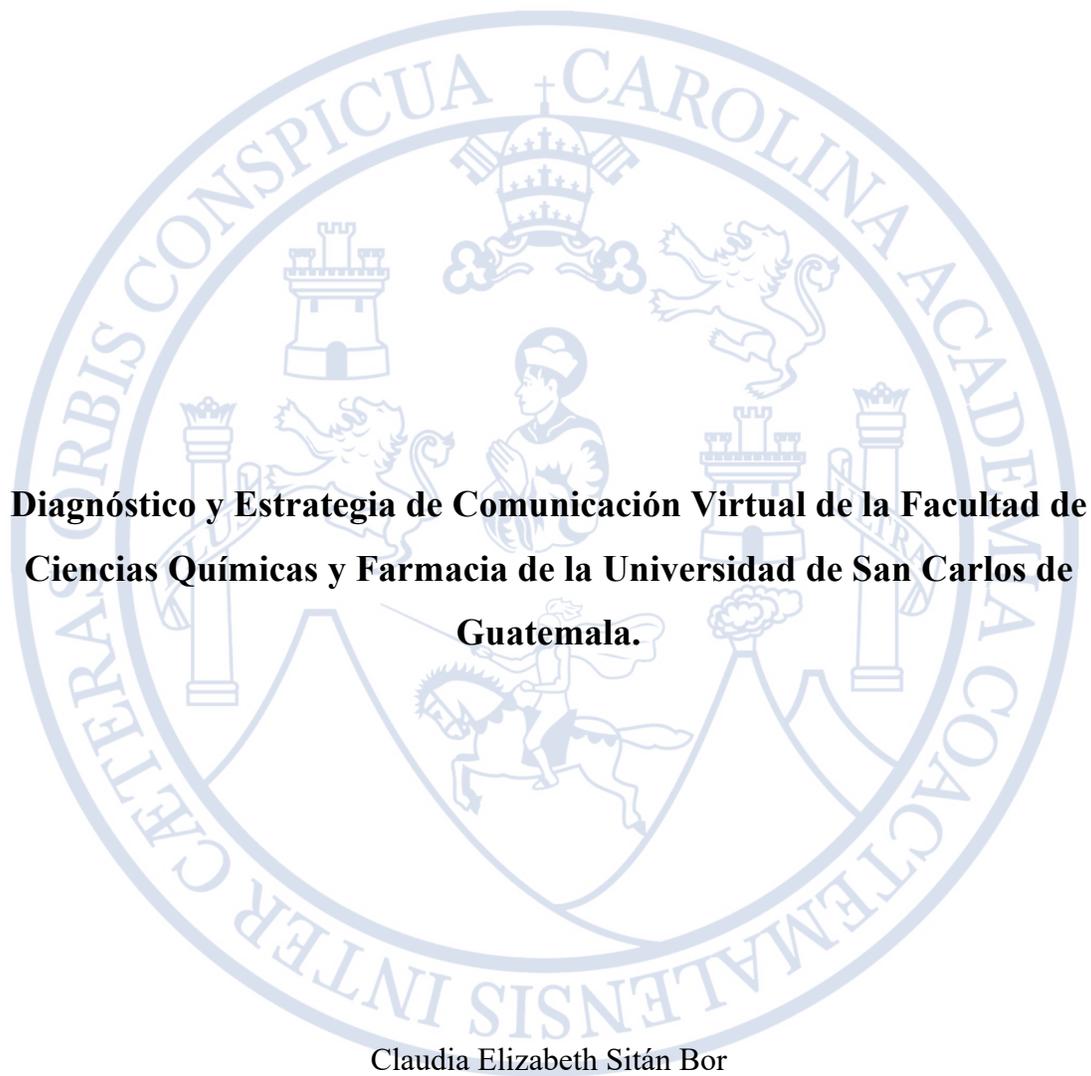


Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencias de la Comunicación



**Diagnóstico y Estrategia de Comunicación Virtual de la Facultad de
Ciencias Químicas y Farmacia de la Universidad de San Carlos de
Guatemala.**

Claudia Elizabeth Sitán Bor

Licenciada en Ciencias de la Comunicación

Guatemala, octubre 2020.

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

**Diagnóstico y Estrategia de Comunicación Virtual de la Facultad de
Ciencias Químicas y Farmacia de la Universidad de San Carlos de
Guatemala.**

Claudia Elizabeth Sitán Bor

Previo a optar al título de:
Licenciada en Ciencias de la Comunicación

Asesora:

M.A. Evelin Hernández

Guatemala, octubre 2020.

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

Director

Lcdo. César Augusto Paiz Fernández

Consejo Directivo

Representantes Docentes

M.A. Gustavo Alfonso Yela Fernández

M.A. Silvia Regina Miranda López

Representantes Estudiantiles

Gabriela Eugenia Menegazzo Cu

Heber Libni Emanuel Escobar Juárez

Representante de Egresados

M.Sc. Ana Cecilia del Rosario Andrade de Fuentes

Secretario

M.A. Héctor Arnoldo Salvatierra

Comisión de EPS de Licenciatura

Coordinador

Dr. José María Torres Carrera

Supervisora

M.A. Evelin Morazán Gaitán

Supervisor

Lcdo. Luis Fernando Lucero

Supervisor

M.A. Marvin Sarmientos Yuman

Supervisora

M.A. Evelin Hernández

Supervisora

Lcda. Krista María Ramírez

Supervisora

Lcda. Brenda Yanira Chacón Arévalo

Supervisores

Lcdo. Mynor Martínez y
M.A. Edgar Martínez García



Guatemala, octubre 16 de 2020

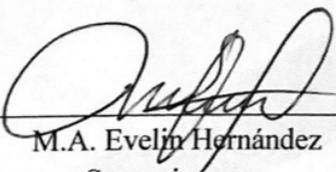
Estudiante Epesista de Licenciatura
Claudia Elizabeth Sitán Bor
Carné no. 201408199
Presente.

Para su conocimiento y efectos se hace constar que:

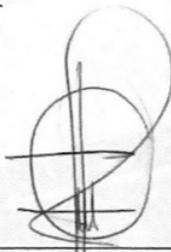
Luego de evaluado su trabajo académico impreso y de manera virtual titulado: **“Diagnóstico y estrategia de comunicación virtual de la Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia de la Universidad de San Carlos de Guatemala.”** Y de haber sustentado el examen privado y defensa de su proyecto de EPS de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, se aprueba por Unanimidad por parte del Tribunal Examinador. Se autoriza el trabajo final en el Acta de cierre respectiva e impresión de su trabajo final de EPSL en un número de 5 ejemplares impresos que deberá entregar a las instancias respectivas indicadas; así como 3 CD's con el documento incluido con el 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”


M.A. Evelyn Hernández
Supervisora


M.A. Evelyn Morazán
Supervisora


Dr. José María Torres Carrera
Coordinador





Guatemala 27 de mayo del 2020
EPSL-C87-2020

Máster:
Pablo Ernesto Oliva Soto
Decano
Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia
Universidad de San Carlos de Guatemala
Ciudad Guatemala.

Distinguido Máster Oliva:

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 **Claudia Elizabeth Sitán Bor**, carné no. **201408199** quién manifestó su deseo de hacer Práctica Supervisada de forma *virtual*, no *presencial*, 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,



“DID Y ENSEÑAR 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





Guatemala, 21 de julio de 2020

Dr. José María Torres
Coordinador de EPS de Licenciatura
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Universidad de San Carlos de Guatemala

Dr. Torres:

Por medio de la presente me dirijo a usted para hacer de su conocimiento que: **Claudia Elizabeth Sitán Bor** con registro académico 201408199 y CUI 2848035020101, estudiante epesista de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, ha sido **autorizada** para realizar su Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura en la Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia de la Universidad de San Carlos de Guatemala; por lo que se le extiende esta carta de aceptación.

Sin otro particular reciba un cordial.

Atentamente,

“Id y Enseñad a Todos”

M.A. Pablo Ernesto Oliva Soto
DECANO

C.c. Archivo

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

DEDICATORIA

- A Dios: Por la gracia y el favor, por darme sabiduría y las herramientas para recorrer este camino, por ser mi fortaleza.
- A mi mamá: Por tu esfuerzo y dedicación, por ser mi mayor ejemplo de lucha y trabajo, por darme la oportunidad de alcanzar esta meta, por tu apoyo incondicional en cada etapa de mi vida.
- A mi hermana: Karina Sitán. Por tu apoyo incondicional y amor desde siempre, sin ti esto no sería posible.
- A mi hermano: Allan Sitán. Por tu compañía y apoyo en cada momento en el que lo necesitaba, por tu cariño invaluable.
- A mis amigas y amigos: Por el acompañamiento en este proceso tan importante y por su amistad sincera.

AGRADECIMIENTOS

Universidad de San Carlos de Guatemala: Mi segunda casa. Gracias por ampliar mi visión del mundo, por ser la institución forjadora de mi enseñanza y vida laboral.

Escuela de Ciencias de la Comunicación: Por darme la oportunidad de formarme académicamente y por las experiencias gratas durante mi carrera universitaria.

Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia: Por darme la oportunidad de contribuir desde el área de la comunicación a su desarrollo institucional.

M.A. Pablo Ernesto Oliva Soto: Por el apoyo y la oportunidad de trabajar en conjunto para posicionar a la Facultad como una dependencia de la USAC con capacidad de autogestión e incidencia en el desarrollo integral del país.

A mis docentes: Por su aporte significativo a mi formación académica y profesional.

A usted en general.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	I
ANTECEDENTES.....	II
JUSTIFICACIÓN.....	III

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO DE COMUNICACIÓN

1.1. Institución.....	01
1.2. Perfil institucional.....	01
1.3. Ubicación geográfica.....	03
1.4. Integración y alianzas estratégicas.....	05
1.5. Origen e historia.....	06
1.6. Departamentos o dependencias de la institución.....	07
1.7. Organigrama de la empresa.....	11
1.8. Misión.....	12
1.9. Visión.....	13
1.10. Objetivos institucionales.....	13
1.11. Público objetivo.....	14
1.12. Diagnóstico	14
1.12.1. Objetivos.....	16
1.12.1.1. Objetivo general.....	16
1.12.1.2. Objetivos específicos.....	16
1.12.2. Tipo de investigación.....	16
1.12.3. Enfoque de la investigación.....	17
1.13. Técnicas de recolección de datos.....	17
1.13.1. Observación.....	17
1.13.2. Documentación.....	19
1.13.3. Entrevista de profundidad estructurada	21
1.13.4. Encuestas.....	23
1.14. Interpretación de resultados (gráficas).....	25

1.15.	FODA.....	32
1.16.	Problemas detectados.....	34
1.17.	Planteamiento del problema comunicacional.....	34
1.18.	Indicadores de éxito.....	34
1.19.	Proyecto a desarrollar.....	35

CAPÍTULO II

2. PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN

2.1.	Descripción técnica del Plan Estratégico de Comunicación.....	36
2.2.	Objetivos de la estrategia.....	37
2.2.1.	Objetivo general.....	37
2.2.2.	Objetivos específicos.....	37
2.3.	Misión.....	38
2.4.	Visión.....	38
2.5.	Elementos comunicacionales que según su diagnóstico aplicará.....	38
2.5.1.	Comunicación.....	38
2.5.1.1.	Comunicación interna.....	39
2.5.1.2.	Comunicación externa.....	39
2.5.2.	Redes sociales.....	40
2.5.2.1.	Redes sociales en Guatemala.....	40
2.5.3.	Estrategia comunicacional.....	41
2.6.	Alcances y límites de la estrategia.....	41
2.7.	Metodología para la aplicación de la estrategia comunicacional.....	41
2.8.	Actividades para la operatividad de la estrategia	41
2.8.1.	Productos para el rediseño de la identidad visual de los canales digitales de la Facultad.....	42
2.8.2.	Productos para la campaña creativa para <i>Facebook</i> y <i>Twitter</i>	43
2.8.3.	Proyecto para la creación de la Unidad Administrativa de Comunicación para la Facultad.....	46
2.9.	Cronograma.....	47
2.10.	Financiamiento.....	47

2.11.	Presupuesto.....	48
2.12.	Beneficiarios.....	52
2.13.	Recursos Humanos.....	52
2.14.	Áreas geográficas de acción.....	53
2.15.	Cuadro comparativo de la estrategia.....	54

CAPÍTULO III

3. EJECUCIÓN DE LA ESTRATEGIA

3.1.	Rediseño de la identidad visual de los canales digitales de la Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia de la Universidad de San Carlos de Guatemala.....	55
3.2.	Socialización estratégica del aporte que realiza la Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia de la Universidad de San Carlos de Guatemala a la situación actual provocada por COVID-19, a través de una campaña digital en <i>Facebook</i> y <i>Twitter</i>	60
3.3.	Creación de la Unidad Administrativa de Comunicación de la Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia de la Universidad de San Carlos de Guatemala.....	61
3.4.	Programación y calendarización.....	62
3.5.	Conclusiones.....	63
3.6.	Recomendaciones.....	64
	Referencias bibliográficas.....	65
	E-grafías.....	67
	ANEXOS.....	69

Listado de ilustraciones

Ilustración 1:	Logotipo de la Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia.....	01
Ilustración 2:	Afiche en conmemoración de los 100 años de la Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia.....	02
Ilustración 3:	Ubicación geográfica de la Administración Central de la Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia.....	03
Ilustración 4:	Ubicación geográfica del Programa de Experiencias Docentes con la Comunidad -EDC-.....	04

Ilustración 5: Ubicación geográfica del Centro de Estudios Conservacionistas -CECON-	04
Ilustración 6: Ubicación geográfica del Museo de Historia Natural -MUSHAT-.....	05
Ilustración 7: Área geográfica de acción.....	52

I. Introducción

La Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia es una unidad académica de la Universidad de San Carlos de Guatemala que se dedica a la formación de estudiantes en las áreas científico-tecnológico y teórico-práctico de las carreras de Química, Química Biología, Química Farmacéutica, Biología y Nutrición. Además participa en el desarrollo integral del país mediante la realización de investigación y extensión, contribuyendo sistemáticamente al conocimiento, prevención y solución de los problemas nacionales con ética, conciencia ambiental y excelencia académica.

En la actualidad existen diversas plataformas tecnológicas que nos permiten llegar a los grupos objetivos de manera eficaz, como por ejemplo: *Facebook*, *Twitter*, *Páginas Web*, entre otras; y su manejo adecuado es determinante para el buen funcionamiento comunicacional de cualquier institución en la actualidad. En consecuencia, en este proyecto se plantean propuestas para el uso estratégico de los canales digitales de la institución, con el fin llegar a los públicos receptores de manera eficiente, en especial, durante la crisis que atravesamos actualmente ante las medidas de aislamiento y prevención por la pandemia del COVID-19.

Por otra parte, es importante considerar que el ideal de una institución educativa es lograr un nivel excelente en el ámbito académico, sin embargo, su estructura a nivel de comunicación es fundamental para alcanzar los índices de excelencia a nivel institucional.

Previo a la propuesta estratégica se elaboró una investigación con metodológica mixta, apoyándose de técnicas como la entrevista, la observación, la documentación y la encuesta; todo con un alcance descriptivo.

II. Antecedentes

Debido al estado de emergencia, dictado por la crisis sanitaria provocada por la pandemia del COVID-19, el Organismo Ejecutivo declaró estado de Calamidad Pública en todo el territorio nacional por medio del Decreto Gubernativo Número 5-2020, de fecha 05 de marzo de 2020, por un plazo de treinta días a partir de la fecha anteriormente indicada, en el cual establecen medidas como: La limitación a la libre la locomoción; la colaboración del sector privado y de la población en general para la implementación del Plan de Prevención, Contención y Respuesta a casos de Coronavirus (COVID-19) en Guatemala; limitar las concentraciones de personas y prohibir o suspender toda clase reuniones o eventos que represente un riesgo para la salud de los habitantes; entre otros. Dichas disposiciones se han prorrogado y ratificado por medio de otros Decretos Gubernativos con vigencia al mes de julio de 2020.

Por otra parte, el Consejo Superior Universitario de la Universidad de San Carlos de Guatemala, ha tomado distintas acciones desde el día 13 de marzo de 2020, con el fin de salvaguardar la vida de la comunidad estudiantil, personal docente y administrativo, evitando la propagación de la enfermedad; para lo cual han suspendido las actividades presenciales en todos los campus universitarios, previo a las disposiciones del Gobierno de la República.

Por lo anterior, los datos que fundamentan la presente investigación fueron recopilados por medio de técnicas validadas dentro del método científico, adaptando los instrumentos al recurso virtual con el que se cuenta. Así mismo, las referencias bibliográficas avalan la información incluida.

Cabe mencionar que no hay investigaciones que antecedan a la presente, por lo que, con la ayuda de las técnicas de investigación, se pretende contribuir a la institución de manera efectiva con el presente estudio pionero.

III. Justificación

Las instituciones, no importando su naturaleza, necesitan de un sistema de comunicación que responda a las realidades que demanda su público, utilizando aquellos recursos con los que cuente con el fin de optimizar su funcionalidad, ello le ayudará a visibilizarse dentro de los espacios en los que se desarrolle.

Ante la crisis sanitaria provocada por la pandemia del COVID-19, es necesario que todas las instituciones establezcan un programa de gestión proactiva de crisis que les ayude a socializar los aportes que realizan o su postura ante tal situación. Es necesario evaluar habitualmente los medios que se utilizan, ya que en la actualidad los cambios surgen muy apresuradamente y las técnicas de comunicación combinadas dan mejor respuesta a nuestros entornos, especialmente cuando se atraviesa una situación de crisis.

La Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia es una de las unidades académicas de la Universidad de San Carlos de Guatemala con realce ante la situación actual por el aporte que realiza en el análisis de muestras de COVID-19 en apoyo al sistema de salud nacional, y que durante más de cien años ha devuelto a la sociedad guatemalteca diversos productos; por lo que la manera en la que comunica es definitiva para su posicionamiento institucional.

Entre los beneficiarios se encuentran en primer orden estudiantes, docentes y personal administrativo, seguido de la comunidad sancarlista y aspirantes a ingresar a la Facultad.

Se considera que la presente investigación puede contribuir de manera significativa al fortalecimiento de la comunicación interna y externa de aquellas instituciones educativas, especialmente entre las diversas Facultades, Escuelas no Facultativas, Centros de Investigación y demás dependencias que integran la Universidad de San Carlos de Guatemala.

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO DE COMUNICACIÓN

1.1. Institución

Universidad de San Carlos de Guatemala, Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia, Administración Central zona 12.

Ilustración 1: Logotipo de la Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia.



Fuente: Google Imágenes.

1.2. Perfil institucional

Institución nacional y autónoma de educación superior que se dedica a la formación en las áreas científico-tecnológico y teórico-práctico a nivel de pregrado en las carreras de Química, Química Biología, Química Farmacéutica, Biología y Nutrición; y a nivel de postgrado.

Además, se encarga de desarrollar procesos de investigación dirigidos a la realidad nacional; programas de extensión y servicio a la población guatemalteca, cumpliendo con los fines y objetivos de la Universidad de San Carlos de Guatemala; como lo indica la publicación del medio digital Soy USAC:

“El Laboratorio de Producción de Medicamentos de la Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia de la universidad produce sales de rehidratación oral que son utilizadas en los servicios de la red hospitalaria nacional y el Instituto Guatemalteco de Seguridad Social.” (USAC S. , 2020)

La Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia en el año 2018 conmemoró 100 años de fundación, en el mes de septiembre de este año cumplirá 102 años de creación.

Ilustración 2: Afiche en conmemoración de los 100 años de la Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia. Publicación realizada el 30 de julio de 2018.



Fuente de imagen: <https://www.facebook.com/photo/?fbid=1955019511250185&set=a.890259787726168>

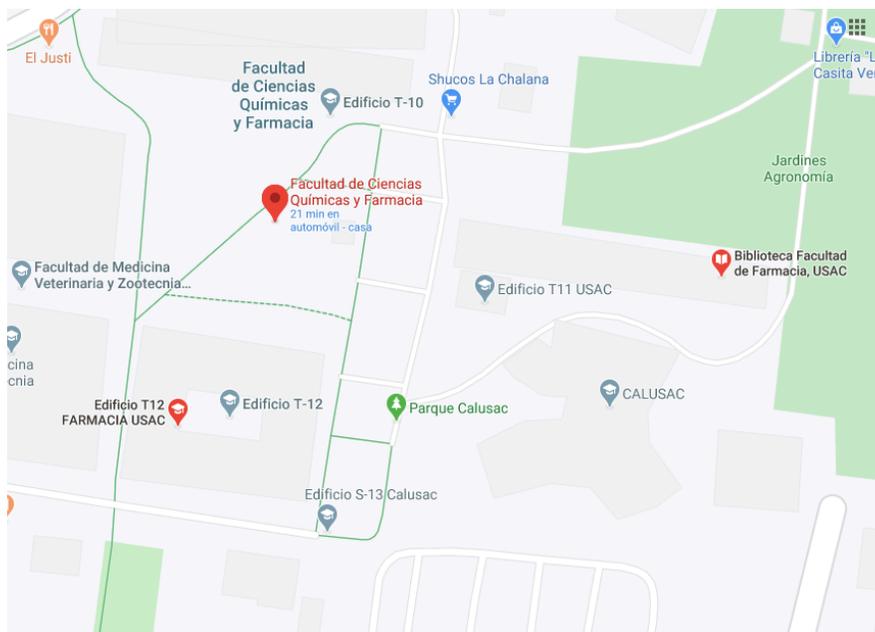
1.3. Ubicación geográfica

El diagnóstico de comunicación se elaboró en la Administración Central de la Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia de la Universidad de San Carlos de Guatemala, ubicada actualmente en el segundo nivel del edificio T-15 del Campus Central, 11 Avenida de la zona 12 de la Ciudad de Guatemala. Esta unidad académica contempla en general los edificios T-10, T-11, T-12, T-13, T-15 y Bioterio del campus universitario.

Así mismo se presentan las unidades que también forman parte de la Facultad:

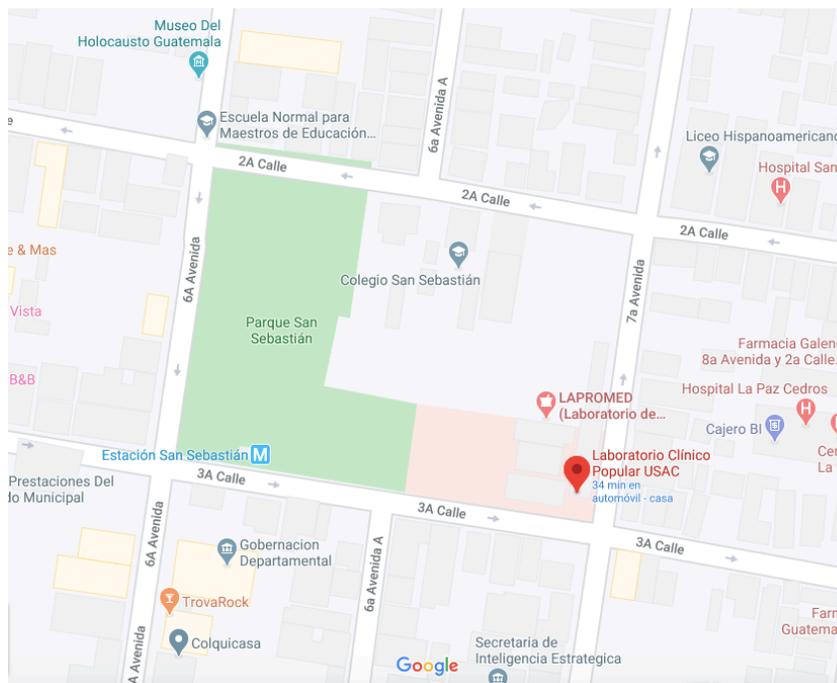
- Programa de Experiencias Docentes con la Comunidad -EDC-
- Centro de Estudios Conservacionistas -CECON-
- Museo de Historia Natural -MUSHNAT-
- Jardín Botánico

Ilustración 3: Ubicación geográfica de la Administración Central de la Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia, dirección edificio T15.



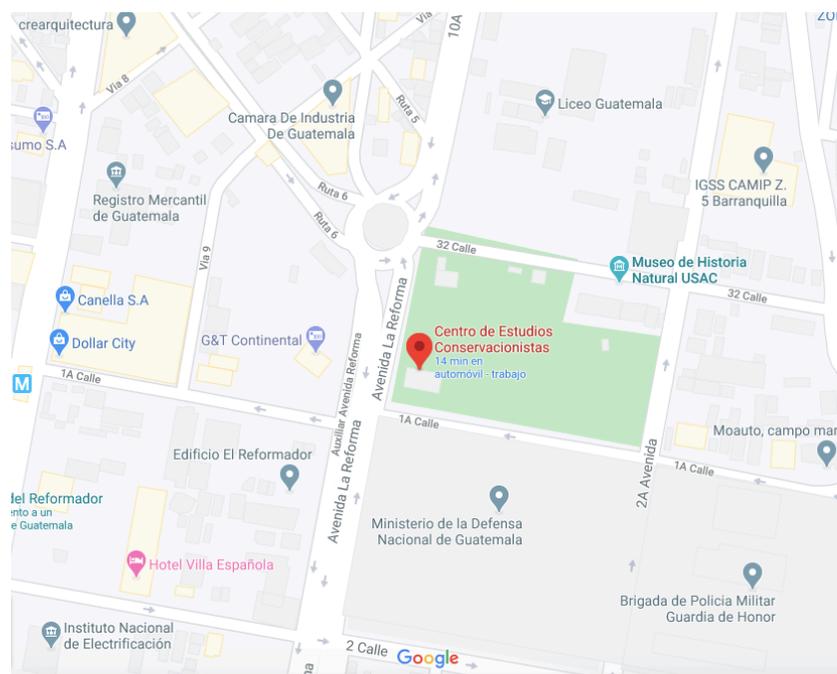
Fuente: Google Maps. Captura de pantalla y localización en mapa del 03 de mayo de 2020.

Ilustración 4: Ubicación geográfica del Programa de Experiencias Docentes con la Comunidad -EDC-, dirección 3a. Calle 6-47 zona 1, Ciudad de Guatemala.



Fuente: Google Maps. Captura de pantalla y localización en mapa del 03 de mayo de 2020.

Ilustración 5: Ubicación geográfica del Centro de Estudios Conservacionistas -CECON-, dirección Avenida La Reforma 0 – 63 zona 10, Ciudad de Guatemala.



Fuente: Google Maps. Captura de pantalla y localización en mapa del 03 de mayo de 2020.

Ilustración 6: Ubicación geográfica del Museo de Historia Natural -MUSHAT-, dirección calle Mariscal Cruz 01-56, zona 10, Ciudad de Guatemala y del Jardín Botánico, ubicado en Avenida La Reforma 0-63, zona 10 de la Ciudad de Guatemala.



Fuente: Google Maps. Captura de pantalla y localización en mapa del 03 de mayo de 2020.

1.4. Integración y alianzas estratégicas

Ante la crisis sanitaria provocada por la pandemia del COVID-19, respecto a este tema el M.A. Pablo Ernesto Oliva, Decano de la Facultad, indicó que se han visto afectadas las integraciones y/o alianzas estratégicas de esta dependencia con otras en general, específicamente con relación al tiempo de ejecución de algunos acuerdos, debido a la suspensión de actividades presenciales y el tiempo que se llevó para encausar debidamente las actividades en entorno virtual. (P. Oliva, comunicación personal, 11 de junio de 2020)

1.5. Origen e historia

De acuerdo a la página web de la Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia, a continuación se presenta su historia:

Los estudios de Farmacia se llevaban a cabo en la Facultad de Medicina, a partir del año 1840 y de la cual el primer Farmacéutico egresó en 1843. Al crearse la Universidad Nacional “Estrada Cabrera” por Decreto Legislativo Número 989 del 2 de mayo de 1918, el ejecutivo por Decreto número 741 del 21 de agosto del mismo año, creó la Facultad de Ciencias Naturales y Farmacia, estableciéndose el 18 de septiembre de 1918, siendo su primer Decano el Doctor Rodolfo Robles.

El edificio que ocupó inicialmente la Facultad era el que ocupaba la Escuela Nacional “21 de noviembre”, pero como no reunía ninguna condición para el destino que se le había dado, fue derribado y construido el edificio, hoy situado en la 3ª. Calle 6-47, de la zona 1, siendo Decano el Lic. Pedro Arenales, e inaugurado el 16 de diciembre de 1928. Cabe agregar que en dicho edificio actualmente funcionan algunas dependencias de la Facultad. Al separarse la Escuela de Farmacia de la de Medicina, se le adjudicó a la primera el laboratorio de química, instalado en la antigua Casa de la Moneda y el Museo Zoológico que había sido fundado por la antigua y benemérita Sociedad Económica de amigos de Guatemala. También la Facultad de Farmacia heredó de la Facultad de Medicina parte de la biblioteca.

Extinguida la Universidad “Estrada Cabrera”, por el Gobierno del General Orellana, fue emitido un Decreto por el Ejecutivo dándole nuevamente vida a la Facultad de Ciencias Naturales y Farmacia, nombre que fue sustituido por el de Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia en el año de 1947.

En 1947 la facultad de Ciencias Naturales y Farmacia de acuerdo con la nueva Ley Orgánica de la Universidad, emitida en el Decreto Número 325 por el Congreso de la República, cambia su nombre por el de Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia, acorde con la implantación de los nuevos estudios y más en consonancia con las tres nuevas carreras que impartía. A partir de 1957 se modificó el nombre del título de Farmacéutico Químico por el de Químico Farmacéutico.

En el Punto SÉPTIMO del Acta 523 de sesión celebrada por Junta Directiva el 7 de octubre de 1968, se lee que el Secretario del Comité de Docencia de la Facultad, comunica las resoluciones que fueron tomadas con respecto a las consultas que le fueran formuladas por la Junta Directiva, en relación con las notas enviadas por el director del departamento de Biología, en su sesión del 3 de octubre. a) Nota enviada el 23 de septiembre de 1968, en la cual se solicita la revisión de la nota 244 del 25 de noviembre de 1967, en la cual propuso la división de la Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia en Escuelas Facultativas. Junta Directiva acuerda aprobar en todos sus puntos las recomendaciones hechas por el Comité de Docencia, acerca de las solicitudes presentadas por el Director del Departamento de Biología y hacerlas de su conocimiento para que envíe toda la documentación necesaria. En el Acta 652, de sesión celebrada por Junta Directiva el 16 de julio de 1971 en el Punto CUARTO, Junta Directiva acuerda la creación de cuatro Escuelas Facultativas que son: 1. Escuela de Química; 2. Escuela de Biología; 3. Escuela de Química Farmacéutica; 4. Escuela de Química Biológica.

Es en esta fecha que se registra, oficialmente la creación de la Escuela de Biología. En el Acta 664 de sesión celebrada por Junta Directiva el 21 de octubre de 1971, en el Punto DECIMO, el Lic. Mario Dary Rivera, Planificador de la Facultad, expuso el proyecto de reorganización de la Facultad en Escuelas y el proyecto de creación de la Escuela de Biología, agregó en ese momento que la reorganización de la Facultad en Escuelas fue aprobada en sesión de Junta Directiva el 16 de julio

de 1971, por lo consiguiente, forman la Facultad de Ciencias químicas y Farmacia las siguientes Escuelas: 1. Escuela de Química; 2. Escuela de Biología; 3. Escuela de Química Farmacéutica; 4. Escuela de Química Biológica; 5. Escuela de Nutrición (adscrita del Instituto de Nutrición de Centroamérica y Panamá, INCAP).

Tal división se hizo con base en lo preceptuado en el artículo 6°. De la Ley Orgánica (Decreto Legislativo Número 325) y los artículos 4°, 6°. Y 33 de los Estatutos de la Universidad de San Carlos de Guatemala. Atendiendo a esta exposición Junta Directiva acordó a) Comunicar oficialmente al señor Rector y al Honorable Consejo Superior Universitario, la reorganización de la Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia para su aprobación, de conformidad con el artículo 24, incisos a), c) y d) de la Ley Orgánica y 11°, incisos a), c) y d) de los Estatutos de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

La Escuela de Nutrición fue fundada en el año de 1965 por el Instituto Nutricional de Centroamérica y Panamá, inició sus actividades académicas en enero de 1966 adscrita a la Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia con base en un convenio interinstitucional firmado por el INCAP y la Universidad de San Carlos de Guatemala, el 4 de junio de 1964. El plan de estudios vigente para la carrera fue aprobado por el Consejo Superior Universitario en 1969. La Escuela consideró necesario modificar su plan de estudios a partir de 1982 y, tomando en cuenta el interés que en su momento manifestó la Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia para que haya una mayor integración de la Escuela y esta Facultad, elaboró una propuesta de modificación al plan de estudios, la cual fue aprobada por Junta Directiva de dicha Facultad, según consta en el Punto OCTAVO DEL Acta 45-81 de su sesión celebrada el 19 de noviembre de 1981.

La Escuela de Postgrado es la unidad de la Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia, responsable de la programación y realización de los estudios de postgrado para ofrecer a los graduados la oportunidad de actualizar sus conocimientos, diversificar sus campos de actividad profesional, especializarse en áreas particulares de la ciencia, la técnica y las humanidades así como contribuir a la formación de docentes e investigadores de nivel superior. Fue creada de conformidad al Punto OCTAVO, Inciso 8.1. del Acta 15-2001 de fecha 3 de mayo de 2001 de Junta Directiva.

Regula su funcionamiento con base en el Normativo de Estudios de Postgrado de la Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia, autorizado por Junta Directiva en Punto DÉCIMO, del Acta No. 18-2003 de fecha 5 de junio de 2003. Así mismo, por el Sistema de Estudios de Postgrado de la Universidad de San Carlos de Guatemala. (Historia, 2020)

1.6. Departamentos o dependencias de la institución

La Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia, para el cumplimiento de sus fines, está conformada por:

Junta Directiva: Cada Facultad tendrá una Junta Directiva integrada por el Decano que la preside, un Secretario y cinco Vocales, de los cuales dos serán Profesores Titulares, uno profesional no profesor y dos estudiantes. La integración de los Órganos de Dirección de las demás Unidades Académicas se regirá por sus propios Reglamentos. (USAC, 2006)

Son los encargados de dirigir, administrar y regular todo lo que concierne a la Facultad.

Decano: La Administración en la Universidad de San Carlos de Guatemala es descentralizada, siendo los Decanos y los Directores de las Unidades Académicas, los facultados para representar a sus respectivas Unidades y suscribir contratos en el orden administrativo. (USAC, 2006)

Cada período de gobierno comprende de cuatro años, al finalizar se convoca a elecciones para tan distinguido cargo. Ubicación: segundo nivel del edificio T-15.

Secretaría Académica: A propuesta en terna por el Decano se nombra a la persona que ocupa este puesto, de conformidad con sus respectivos reglamentos; estará a cargo de los asuntos académicos de la Unidad Académica. (USAC, 2006) Así mismo es miembro de la Junta Directiva de la Facultad. Ubicación: Segundo nivel del edificio T-15.

Secretaría Adjunta: Está a cargo de los asuntos administrativos de la Unidad Académica. Ubicación: segundo nivel del edificio T-15.

Tesorería: Departamento encargado de realizar gestiones financieras en cumplimiento de las Leyes y Reglamentos, así como de los estatutos que rigen la Universidad.

Ubicación: segundo nivel del edificio T-12.

Área Común:

Área Social Humanística: Es la encargada de preparar a las y los estudiantes de las cinco carreras de la Facultad en el área social humanística. Es dirigida por un(a) coordinador(a) de Área. Ubicación: segundo nivel del edificio T-11.

Área Físico-Matemática: Es la encargada de preparar a las y los estudiantes de las cinco carreras de la Facultad en el área físico-matemática. Es dirigida por un(a) coordinador(a) de Área. Ubicación: segundo nivel del edificio T-11.

Escuela de Química: Es la encargada de formar a las y los profesionales Químicos. Cuenta con 4 departamentos, y 9 sub-programas de extensión e investigación. (Química, 2018)

Es dirigida por un(a) director(a) de Escuela. Ubicación: segundo nivel del edificio T-12.

Escuela de Química Farmacéutica: Es la encargada de formar a las y los profesionales Químicos Farmacéuticos. Cuenta con 5 departamentos, 2 áreas de investigación y 3 de extensión. (Química Farmacéutica, 2020)

Es dirigida por un(a) director(a) de Escuela. Ubicación: segundo nivel del edificio T-12.

Escuela de Química Biológica: Es la encargada de formar a las y los profesionales Químicos Biológicos. Cuenta con 3 con departamentos, 1 Unidad de Investigación, 1 Laboratorio Microbiológico de Referencia y 12 sub-programas de extensión. (Química Biológica, 2018)

Es dirigida por un(a) director(a) de Escuela. Ubicación: segundo nivel del edificio T-12.

Escuela de Biología: Es la encargada de formar a las y los profesionales Biólogos. Cuenta con 6 sub-programas de extensión e investigación. (Biología, 2018)

Es dirigida por un(a) director(a) de Escuela. Ubicación: segundo nivel del edificio T-10.

Escuela de Nutrición: Es la encargada de formar a las y los profesionales Nutricionistas. Cuenta con 4 actividades de investigación y extensión. (Nutrición, 2018)

Es dirigida por un(a) director(a) de Escuela. Ubicación: segundo nivel del edificio T-11.

Escuela de Estudios de Postgrado -EEP-: Es la encargada de formar a las y los profesionales a nivel de postgrado. Actualmente se imparten 4 maestrías. (Farmacia P. , 2016)

Es dirigida por un(a) director(a) de Escuela. Ubicación: segundo nivel del edificio T-13.

Centro de Desarrollo Educativo -CEDE-: Realiza las actividades relacionadas con evaluación, desarrollo educativo, coordinación, planificación y control académico.

Es dirigido por un(a) director(a) de Centro. Ubicación: segundo nivel del edificio T-11.

Unidad de Atención al Estudiante -UAE-: Brinda atención integral a las y los estudiantes, dentro del marco de valores en relación con los derechos humanos, derechos y deberes estudiantiles con el fin de contribuir al avance académico.

Ubicación: primer nivel del edificio T-15.

Unidad de Gestión de la Informática -UGI-: Encargada de la gestión de los sistemas informáticos en apoyo al desarrollo de las actividades de la Facultad.

Ubicación: primer nivel del edificio T-15.

Centro de Documentación y Biblioteca -CEDOBF-: Tienen a disposición de las y los estudiantes, así como a las y los docentes de la Facultad, una amplia variedad de material bibliográfico en apoyo al desarrollo académico y de investigación. Cuenta con recursos bibliográficos impresos y digitales. (CEDOBF, 2017)

Ubicación: tercer nivel del edificio T-11.

Instituto de Investigaciones Químicas y Biológicas -IIQB-: Es el encargado de promover la investigación científico-tecnológica en los estudiantes, docentes e investigadores. Busca el establecimiento de vínculos con las instituciones guatemaltecas y extranjeras que permitan alcanzar los objetivos del sistema de Investigación. Entre sus aportes se encuentra la Revista Científica. (Instituto de Investigaciones Químicas y Biológicas, 2020)

Es dirigido por un(a) director(a) de Instituto. Ubicación: primer nivel, edificio T-13.

Programa de Experiencias Docentes con la Comunidad -EDC-: Lo constituyen las actividades de docencia, investigación y extensión por medio del servicio que realizan los estudiantes de las carreras de Químico, Biólogo, Químico Farmacéutico, Químico Biólogo y Nutricionista, bajo la supervisión de sus respectivos supervisores. Estas actividades se caracterizan por realizarse en el medio real del país, en contacto directo con los problemas inherentes al ejercicio de las respectivas profesiones, iniciándose en los primeros niveles de las respectivas carreras y concluyendo al final de las mismas con el Ejercicio Profesional Supervisado -EPS-. (Farmacia F. d., 2018)

Es dirigido por un(a) director(a) de Programa. Ubicación: 3ra. calle 6-47 Zona 1, Ciudad de Guatemala.

Centro de Estudios Conservacionistas -CECON-: Fue creado como Unidad de estudios interdisciplinarios destinados a la investigación de los procedimientos para la Conservación de Ecosistemas de la Nación. (...) Actualmente forma parte de la Facultad de Ciencias

Químicas y Farmacia de la USAC, y cuenta con siete unidades de manejo, tres unidades de investigación y un Jardín Botánico. (CECON-USAC, 2019, 23 de enero)

Es dirigido por un(a) director(a) de Centro. Ubicación: Avenida La Reforma 0-63, zona 10 Ciudad de Guatemala

Jardín Botánico: Constituye un área única dentro de la capital dedicada al estudio de la flora guatemalteca con gran potencial para la educación y la promoción turística en el país. (USAC J. B., 2012)

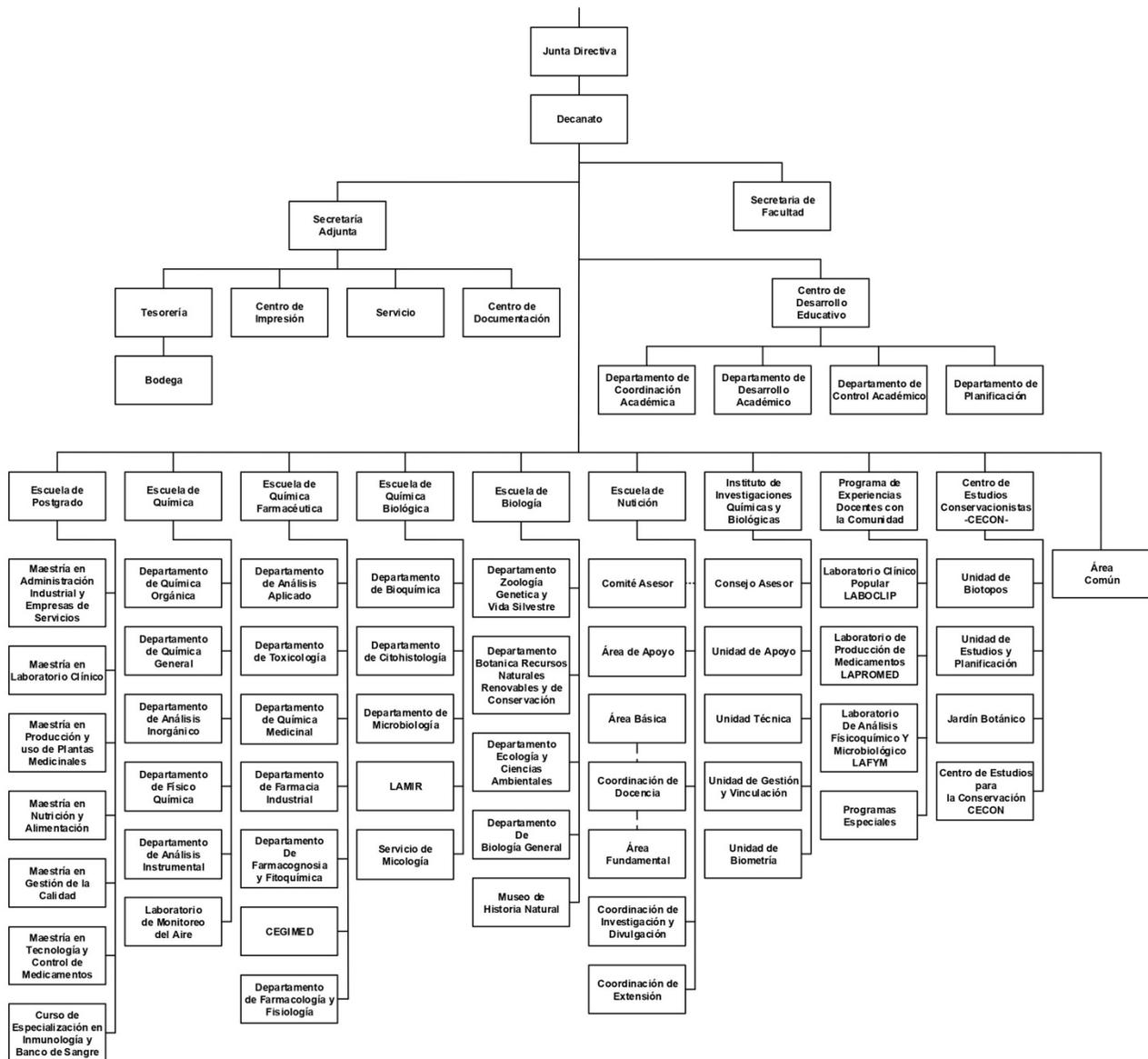
Ubicación: Avenida La Reforma 0-63, zona 10 de la Ciudad de Guatemala.

Museo de Historia Natural -MUSHNAT-: Pertenece a la Escuela de Biología de la Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia de la Universidad de San Carlos de Guatemala, cuenta con 60,000 ejemplares de los grupos más importantes de flora y fauna que convierten al museo en una institución con gran potencial educativo. (Municipalidad de Guatemala, Sin año)

Ubicación: calle Mariscal Cruz 01-56, zona 10, Ciudad de Guatemala.

1.7. Organigrama de la institución

Se presenta el organigrama de la Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia en versión del año 2006. Tras la integración de nuevas unidades a la Facultad, se encuentra en actualización por la Comisión de Actualización de Manuales de la Facultad.



Fuente: Manuales de la Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia.

1.8. Misión

La misión de una organización enuncia a qué clientes sirve, qué necesidades satisface y qué tipos de productos ofrece. Una declaración de misión indica, en términos generales, los límites de las actividades de una organización (Stanton, Etzel, & Walker, 2007).

Misión de la Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia, según publicación en su página web:

Somos la Unidad Académica de la Universidad de San Carlos de Guatemala responsable de participar en el desarrollo integral del país por medio de la formación de recurso humano en Química, Química Biológica, Química Farmacéutica, Biología y Nutrición a nivel de educación superior, y mediante la realización de investigación y extensión, contribuimos sistemáticamente al conocimiento, prevención y solución de los problemas nacionales, en las áreas de nuestra competencia, con ética, conciencia ambiental y excelencia académica. (Misión, 2018)

1.9. Visión

Scholes y Johnson (2001) mencionan que la visión engloba un futuro deseado y las aspiraciones de la organización para motivar a los integrantes de la empresa.

Visión de la Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia, según publicación en su página web:

Ser la Unidad Académica de la Universidad de San Carlos de Guatemala, que cuenta con un cuerpo docente y de investigadores altamente calificados comprometidos con la docencia, investigación y extensión, que provea a la sociedad guatemalteca de profesionales con calidad humana, conciencia ambiental, espíritu de servicio, ética y actitud de trabajo en equipo, en los campos de salud, ambiente e industria; capaces de construir soluciones que ayuden a prevenir y resolver oportunamente los problemas nacionales en las áreas de su competencia. (Visión, 2018)

1.10. Objetivos institucionales

También denominados objetivos funcionales, ya que reflejan el tipo de servicio que se ofrece como institución (Corrall 1994).

Objetivos institucionales de la Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia, según publicación en su página web:

- a. Formar profesionales en el campo de las ciencias naturales que estén en la posibilidad de investigar, aprovechar mejor los recursos del país y lograr nuevos aportes a su desarrollo científico, tecnológico y social.
- b. Lograr que sus graduados contribuyan con sus conocimientos a la consecución del bienestar de la comunidad guatemalteca, constituyéndose en profesionales capaces de imprimir modificaciones positivas al medio, a través de un adecuado conocimiento de la realidad

nacional y que mediante su conducta ejemplar, den realce a su profesión, a la Universidad y al país.

- c. Graduar Profesionales en los niveles: Licenciatura y Postgrado, y contribuir, a través de sus labores de extensión, a la formación de personal auxiliar.
- d. Velar por el cumplimiento de los objetivos generales de cada una de sus Escuelas, administrando adecuadamente sus recursos físicos, económicos; estableciendo programas de extensión universitaria que comprendan el mejoramiento del personal de servicio, experiencias docentes con la comunidad y educación continuada, adecuados a las necesidades y prioridades reales de la población guatemalteca.
- e. Impulsar programas de investigación que propendan al estudio y solución de problemas reales de la colectividad nacional, especialmente en los campos de la salud y el ambiente.
- f. Desarrollar programas de extensión orientados a la aplicación del conocimiento científico tecnológico y humanístico, hacia la solución de problemas y satisfacción de las necesidades de la sociedad guatemalteca, por medio de actividades de experiencias docentes con la comunidad, ejercicio profesional supervisado y docencia productiva, vinculadas todas a los procesos de docencia e investigación.
- g. Por su parte, los objetivos de la Escuela de Estudios de Postgrado son:
 - Brindar a los profesionales la oportunidad de elevar su nivel académico, cultural y actualizar sus conocimientos en el campo de las Ciencias Químicas y Farmacia.
 - Promover la Formación de docentes e investigadores a nivel superior en el campo de su competencia, de acuerdo a las necesidades de la sociedad guatemalteca.
 - Promover la formación de profesionales de alto nivel en áreas particulares de la Ciencia y la Técnica. (Objetivos, 2018)

1.11. Público objetivo

El diagnóstico de comunicación está dirigido a nivel externo: estudiantes inscritos en la Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia, en las carreras de Química, Química Biológica, Química Farmacéutica, Biología, Nutrición, Postgrado, así como aspirantes a ingresar a la unidad académica; con el objetivo de tener información de la Facultad e identificarla dentro de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

1.12. Diagnóstico

El diagnóstico de comunicación es una herramienta para evaluar las prácticas sociales, orientada a tener un conocimiento sistemático sobre las mismas, para reconocer las fortalezas y debilidades que luego serán retomadas en la planificación, entendida ésta como estrategias destinadas a generar modificaciones en la comunicación que ayuden a producir cambios positivos en el grupo, la comunidad o la institución. (Gómez Arreaga, 2012)

Así también, Prieto Castillo (1985) menciona que el sentido de un diagnóstico es más amplio que la simple adquisición de la información. Lo importante es el aprendizaje de la propia situación y el conocimiento de las causas fundamentales de los problemas, la planificación de acciones a partir de un análisis a fondo de lo que nos pasa. En este sentido, es importante aprovechar el recurso de la información obtenida de la recopilación de datos para cumplir con los objetivos planteados.

De acuerdo con Rosales (2020) para que la evaluación resulte eficaz debe basarse en cinco criterios importantes:



Cabe mencionar que existen diversos tipos de diagnósticos y se pueden diferenciar por el área en el que se realizan. Sin embargo, en el presente estudio se efectúa un diagnóstico organizacional, con el propósito de definir la eficiencia en el área de comunicación de la institución.

El diagnóstico organizacional puede ser definido como el proceso de medición de la efectividad de una organización desde una perspectiva sistemática. La efectividad incluye tanto las capacidades de desempeño de tarea (es decir, cuán bien estructurados se encuentran los diversos componentes de la organización y como funcionan en su logro de tareas), como el impacto que tiene el sistema organizacional sobre sus miembros individuales. (Rodríguez, 2015)

El buen manejo de la información y de los recursos en general ayudará a realizar un trabajo efectivo.

1.12.1. Objetivos

1.12.1.1. Objetivo general

Determinar la situación de la comunicación externa de la Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia de la Universidad de San Carlos de Guatemala, ante la crisis sanitaria provocada por el COVID-19.

1.12.1.2. Objetivos específicos

- a. Identificar los canales de comunicación externa que utiliza la Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia.
- b. Analizar la comunicación externa a través los canales digitales de la Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia, ante las medidas de aislamiento y prevención del COVID-19.
- c. Describir el nivel de aceptación o rechazo del grupo objetivo al manejo de la comunicación externa a través de los canales digitales de la Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia.

1.12.2. Tipo de investigación

La presente investigación es de tipo descriptiva, ya que, como lo indican Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio (1991) “Los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis”; es decir, su objetivo y diseño se centran en buscar alguna relación causa-efecto entre dos fenómenos que se relacionan a lo largo del tiempo. Y, a la vez documental, el cual consiste en la identificación, clasificación y análisis de documentos relacionados con los hechos o contexto estudiado.

1.12.3. Enfoque de la investigación

Dentro de la metodología para el presente estudio se contempla un enfoque mixto que, de acuerdo a Roberto Hernández Sampieri (2014) “La meta de la investigación mixta no es reemplazar a la investigación cuantitativa ni a la investigación cualitativa, sino utilizar las fortalezas de ambos tipos de indagación, combinándolas y tratando de minimizar sus debilidades potenciales”. Por lo que, a través de este método se recolectan, analizan e integran los datos cualitativos y cuantitativos, fundamentados desde el punto de vista pragmático, de acuerdo a los canales digitales que utiliza la institución.

1.13. Técnica e instrumentos de recolección de datos

Méndez Alvarez (1995) define a las fuentes y técnicas para recolección de la información como los hechos o documentos a los que acude el investigador y que le permiten tener información. Así mismo, señala que las técnicas son los medios empleados para recolectar información.

Para el desarrollo del diagnóstico comunicacional de la Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia de la Universidad de San Carlos de Guatemala se utilizaron las siguientes técnicas con sus respectivos instrumentos:

1.13.1. Observación

Esta técnica es muy importante dentro de la recopilación de información y para tal efecto Méndez Alvarez (1995) la define como el uso sistemático de nuestros sentidos en la búsqueda de los datos que necesitamos para resolver un problema de investigación. Dentro de ella podemos describir conductas referentes a situaciones identificadas.

Así mismo, se desarrolló una observación no participante, tomando en cuenta que el investigador puede realizar la observación desde una posición externa, es decir, sin formar parte del grupo investigado (Sampieri et al. 2014).

Instrumento: Se utilizó como instrumento una Ficha de Observación para obtener información del estado de la institución.

Con base en lo anterior, se observaron las acciones estratégicas en los canales digitales de la Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia de la Universidad de San Carlos, ante la situación actual relacionada con la crisis por el COVID-19.

Matriz de vaciado de la observación realizada.

Área observada	Tiempo de observación	Punto de observación
Canales digitales: <i>Página web</i> <i>Red social Facebook</i> <i>Red social Twitter</i> <i>Canal de YouTube</i>	Del 18 al 22 de mayo de 2020	<p>Según la observación los primeros 3 canales digitales, cuentan con la misma información. Entre las redes sociales, <i>Facebook</i> tiene una diferencia muy amplia en seguidores al comparación de <i>Twitter</i>, sin embargo, esta última sigue activa.</p> <p>Se evidencia la aceptación en el manejo de la red social <i>Facebook</i>, debido a la interacción y comentarios de las publicaciones realizadas en la semana indicada.</p> <p>Por otra parte, la página web presenta un diseño básico, con bajo nivel atractivo visualmente.</p> <p>Y se identificó el canal de <i>YouTube</i> que cuenta únicamente con 5 publicaciones, por lo que se debe crear contenido para la plataforma.</p>

Fuente: Elaboración propia.

1.13.2. Documental

La técnica documental aporta significativamente a cualquier investigación, ya que nos pone en contexto con el objeto de estudio desde la perspectiva histórica, espacial y conyuntural; así como menciona Lindlof (1995) un investigador puede usar esta técnica para familiarizarse con la problemática que estudia y detecta posibles escenarios y estrategias.

Instrumento: Se utilizó como instrumento una Ficha de cita textual, recopilando toda aquella información de mayor relevancia. A continuación se detallan los documentos que fueron útiles para el desarrollo de la investigación:

Matriz de vaciado de la documentación recopilada.

Tema: Consulta de la página web.

Autor: Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia

(Sitio web: <http://c3.usac.edu.gt/facfarmacia.usac.edu.gt>)

Fecha de consulta: 06 de mayo de 2020.

Título de la página: “Control académico de la Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia”.

Tema: Consulta Fanpage.

Autor: Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia (@ccqqfar)

(Sitio web: <https://www.facebook.com/ccqqfar>)

Fecha de consulta: 06 de mayo de 2020.

“8.517 personas siguen esto”, “Se creó la página el 5 de diciembre de 2012”.

Tema: Consulta Twitter.

Autor: Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia (@ccqqfar)

(Sitio web: <https://twitter.com/ccqqfar?lang=es>)

Fecha de consulta: 06 de mayo de 2020.

“852 Seguidores”, “16 Siguiendo”, “Se unió en diciembre de 2012”.

Tema: La USAC es un pilar para el desarrollo.

Autor: Soy USAC (Sitio web: www.soy.usac.edu.gt)

Fecha: 10 de febrero de 2020.

Fecha de consulta: 08 de mayo de 2020.

“Asimismo, cada unidad académica contribuye al desarrollo de la sociedad a través de su conocimiento en las distintas áreas de la ciencia; por ejemplo, el Laboratorio de Producción de Medicamentos de la Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia de la universidad produce sales de rehidratación oral que son utilizadas en los servicios de la red hospitalaria nacional y el Instituto Guatemalteco de Seguridad Social.”

Tema: #URGENTE USAC suspende actividades presenciales a partir del 14 de marzo hasta el 14 de abril.

Autor: Soy USAC (Twitter: @soyusac)

Fecha: 13 de marzo de 2020

Fecha de consulta: 08 de mayo de 2020.

“USAC suspende actividades presenciales a partir del 14 de marzo hasta el 14 de abril. Por la pandemia del coronavirus. Las actividades académicas se realizarán en entorno virtuales. #SoyUSAC”

Tema: Trabajos de investigación en relación a comunicación realizados la Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia

Autor: Catálogo en línea Biblioteca Central USAC (<http://biblos.usac.edu.gt>)

Fecha: 17 de mayo de 2020

Fecha de consulta: 18 de mayo de 2020.

“1. Aplicación de las tecnologías de la información y comunicaciones en la publicación de las investigaciones del Centro de Estudios Conservacionista de la Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia de la Universidad de San Carlos de Guatemala, por medio de la creación de un portal web de acceso público / Otto Rigoberto Ortiz Pérez. --

Ortiz Pérez, Otto Rigoberto

Guatemala : USAC, 2012. 08 T(577)CS

2. Estrategia de comunicación del proceso de autoevaluación de la Escuela de Química Farmacéutica, de la Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia, de la Universidad de San Carlos de Guatemala / Lilian Scarlet Boburg Juárez. --

Boburg Juárez, Lilian Scarlet

Guatemala : USAC, 2015. 16 EPS(167)

3. Evaluación del conocimiento de los diferentes métodos anticonceptivos por una segmento de la población estudiantil de la Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia de la Universidad de San Carlos de Guatemala, que cursan el segundo año con carné 2009 y la elaboración de un trifoliar informativo / Diego Fernando Pérez Barillas. --

Pérez Barillas, Diego Fernando.

Guatemala : USAC, 2011. 06 T(2914).”

Tema: Como elaborar el plan de comunicación

Autor: Desconocido

Fecha: 01 de julio de 2020

Fecha de consulta: 06 de julio de 2020.

“Herramientas de la comunicación: Este apartado del manual pretende recoger de forma resumida y esquemática las herramientas más importantes y de mayor uso disponibles en cada uno de los ámbitos de la comunicación de la empresa.”

Tema: LABOCLIP recibe insumos y equipo para iniciar pruebas de COVID-19

Autor: Soy USAC (Facebook: Soy USAC)

Fecha: 14 de julio de 2020

Fecha de consulta: 14 de julio de 2020.

“Laboratorio Clínico Popular de Usac ubicado en zona 1 de la ciudad capital, recibe importante donación de reactivos y equipo que ayudará analizar las pruebas del Coronavirus, Covid-19.”

Fuente: Elaboración propia.

1.13.3. Entrevista de profundidad estructurada

La entrevista es un tipo de reunión en la que se intercambia información entre el entrevistado y el entrevistador. En esta investigación se presenta una entrevista de profundidad estructurada, ya que se conocía parte de la institución y su contexto, para ello el entrevistador elaboró una guía ordenada de preguntas específicas a seguir a la cual se sujeta toda la entrevista, tal como lo indican (Sampieri et al. 2014). Debido a la dificultad de concretarla de manera presencial se decidió trabajarla de esta manera.

Instrumento: Se estructuró una Guía de Entrevista de Profundidad, en la cual se planteaban 10 preguntas siguiendo la secuencia del tema; fue trasladada por medio de correo electrónico para mayor facilidad del entrevistado.

Matriz de vaciado de la entrevista realizada.

Entrevistado: M.A. Pablo Ernesto Oliva Soto. Cargo: Decano de la Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia		
Objetivos específicos	Pregunta	Citas
Obtener información de los canales digitales de comunicación externa con los	¿Sabe si se ha realizado algún diagnóstico de comunicación externa de la Facultad?	“No conozco ningún diagnóstico al respecto.”
	¿Cuáles son los canales externos de comunicación con los que cuenta la Facultad?	“Página web, y algunas redes sociales de ciertas dependencias.”

<p>que cuenta la Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia, y las acciones comunicacionales que ha tomado la institución durante la situación actual provocada por COVID-19.</p>	<p>¿Cómo está coordinada la comunicación externa y cuáles son las áreas encargadas del manejo de la misma?</p>	<p>“No hay coordinación como tal. Cada dependencia divulga la información que considera pertinente y oportuna, además de la que por instrucción de una autoridad debe publicarse.”</p>
	<p>¿Cuenta la Facultad con normas que controlen el proceso de la comunicación y su manejo?</p>	<p>“No.”</p>
	<p>La Facultad, como unidad académica, ¿cuenta con alguna estrategia de comunicación externa ante las situaciones derivadas por la pandemia del COVID-19?</p>	<p>“Sí, a través de una Comisión de Prevención del Nuevo Coronavirus y su enfermedad asociada COVID-19, y también se divulga la información generada por ciertas dependencias relacionadas con la temática.”</p>
	<p>¿Cuál considera que es la imagen o percepción de los usuarios sobre los canales digitales de la Facultad?</p>	<p>“No tengo información al respecto.”</p>
	<p>¿Considera que la comunicación es importante para la gestión de la Facultad?</p>	<p>“Sí.”</p>
	<p>¿Considera que existe algún factor que impida desarrollar una comunicación externa efectiva?</p>	<p>“No.”</p>
	<p>¿Considera necesaria una oficina de comunicación dentro de la Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia? Si su respuesta es si, ¿cuales considera que serían sus beneficios?</p>	<p>“Sí, coordinar dicha comunicación a lo externo y a lo interno de la Facultad.”</p>
	<p>¿Ante la crisis por la pandemia del COVID-19 se han visto afectadas las integraciones y/o alianzas estratégicas de</p>	<p>“Sí, con relación al tiempo de ejecución de algunos acuerdos, debido a la suspensión de</p>

	la Facultad con otras dependencias en general?	actividades presenciales y el tiempo que se llevó para encausar debidamente las actividades en entorno virtual.”
--	--	--

Fuente: Elaboración propia.

1.13.4. Encuesta

Audirac (2006) afirma: “La encuesta es un instrumento que permite recabar información general y puntos de vista de un grupo de personas” (p.90). Por lo que esta es una técnica que permite realizar una serie de preguntas previamente elaboradas a un grupo de personas, con el fin de cumplir alguno de los objetivos de investigación. Estas preguntas a diferencia de las que se plantean en la entrevista, pueden trasladarse a un grupo mayor de personas definido, sin que estas proporcionen sus datos personales, pues lo que interesa es únicamente la recolección de datos.

Instrumento: Para desarrollar esta técnica generalmente utilizan cuestionarios que se aplican en diferentes contextos (entrevistas en persona, por medios electrónicos como correos o páginas web, en grupo, etc.) (Sampieri et al. 2014). Es por ello que para recolectar la información se utilizó la herramienta Formularios de Google, que además de facilitar el proceso, genera gráficas a partir de los resultados obtenidos. Para poder dar respuesta a los objetivos fue necesario plantear preguntas de acuerdo al manejo de los canales digitales de la Facultad, para lo cual se presentaron 7 preguntas cerradas.

En la población finita se conoce el tamaño de la población a la que se dirige la encuesta, lo contrario en la población infinita, además que no se tiene la posibilidad de contar o construir un marco muestral.

Para delimitar la población se utilizó una fórmula de población finita, la cual se detalla en los siguientes datos:

CONSIDERANDO EL UNIVERSO FINITO

FORMULA DE CALCULO

$$n = \frac{Z^2 * N * p * q}{e^2 * (N-1) + (Z^2 * p * q)}$$

Donde:

Z = nivel de confianza (correspondiente con tabla de valores de Z)
 p = Porcentaje de la población que tiene el atributo deseado
 q = Porcentaje de la población que no tiene el atributo deseado = 1-p
 Nota: cuando no hay indicación de la población que posee o no el atributo, se asume 50% para p y 50% para q
 N = Tamaño del universo (Se conoce puesto que es finito)
 e = Error de estimación máximo aceptado
 n = Tamaño de la muestra

Fórmula de población finita utilizada:

$$N = \frac{8517 * (1.96)^2 * (0.5) (0.5)}{(0.1)^2 (110-1) + (1.96)^2 (0.5) (0.5)} = 117$$

Muestra: Se compartió el formulario con 117 personas escogidas al azar del detalle de seguidores de los canales digitales de la Facultad, *Facebook* y *Twitter*, ya que debido al confinamiento no fue posible realizarlo de manera presencial.

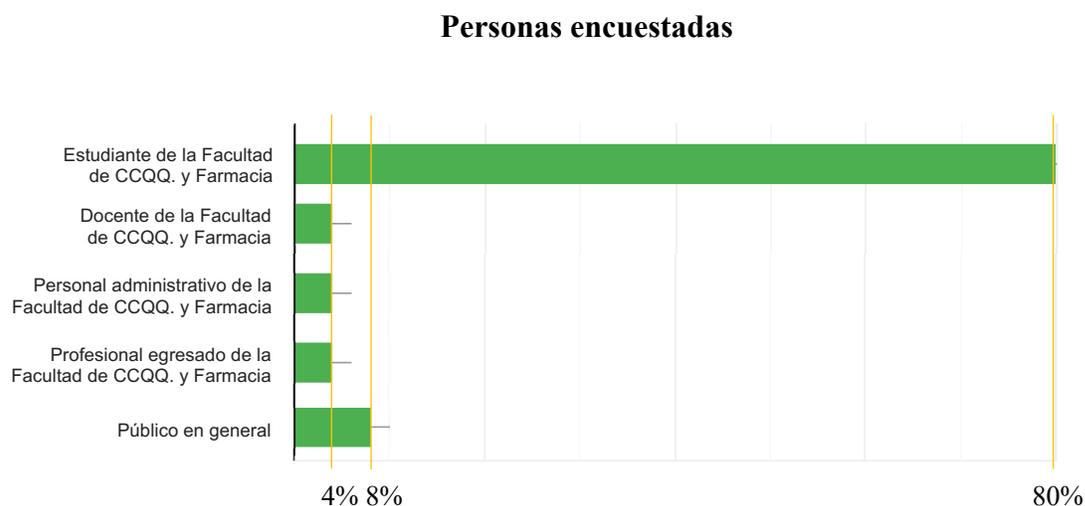
Universo: Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

Población: Estudiantes, docentes, personal administrativo, egresados de la Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia de la Universidad de San Carlos de Guatemala y público en general.

1.14. Interpretación de resultados

Tabulación de encuesta.

Gráfica No. 1

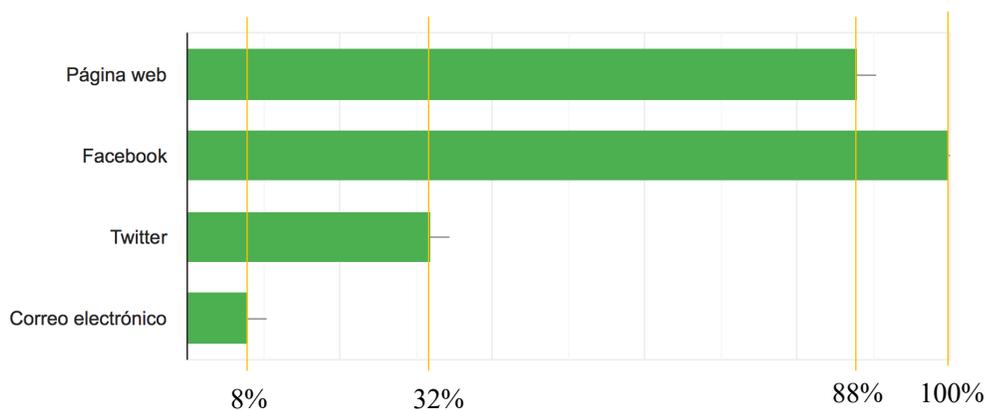


Fuente: Elaboración propia.

Se compartió el formulario con 117 personas escogidas al azar del detalle de seguidores de los canales digitales de la Facultad, *Facebook* y *Twitter*, ya que debido al confinamiento no fue posible realizarlo de manera presencial, estableciendo ese número como muestra. Se detalla que el 80% que corresponde a 94 de los seguidores de los canales digitales son estudiantes, seguido del 8% que equivale a 9 personas del público en general, el cual busca información en las páginas de la Facultad.

Gráfica No. 2

Seleccione los canales digitales de comunicación externa de la Facultad que conozca:

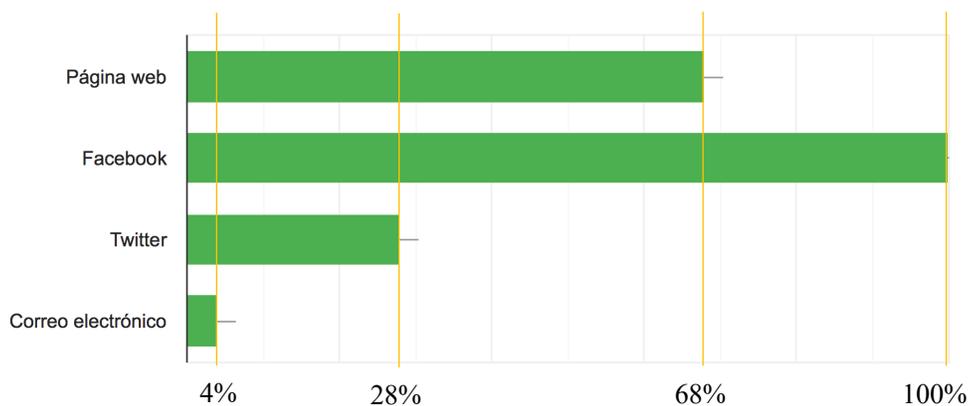


Fuente: Elaboración propia.

El canal digital más conocido dentro de la muestra es la página de *Facebook*, conocida por el 100% de encuestados, siendo las 117 personas. El segundo canal más conocido es la página web con el 88%, equivalente a 103 personas; seguido de la red social *Twitter*, esta última con únicamente el 32%, equivalente a 37 personas, se estima que es debido a la poca difusión del contenido. Por último, 2 personas, lo que corresponde al 2% indican que conocen la vía de correo electrónico dentro de los canales digitales de la Facultad, dejándolo en una gran desventaja ante los otros canales de comunicación, lo cual es considerable debido a la accesibilidad de las redes sociales en dispositivos móviles.

Gráfica No. 3

Seleccione los canales digitales de comunicación externa de la Facultad que sigue:

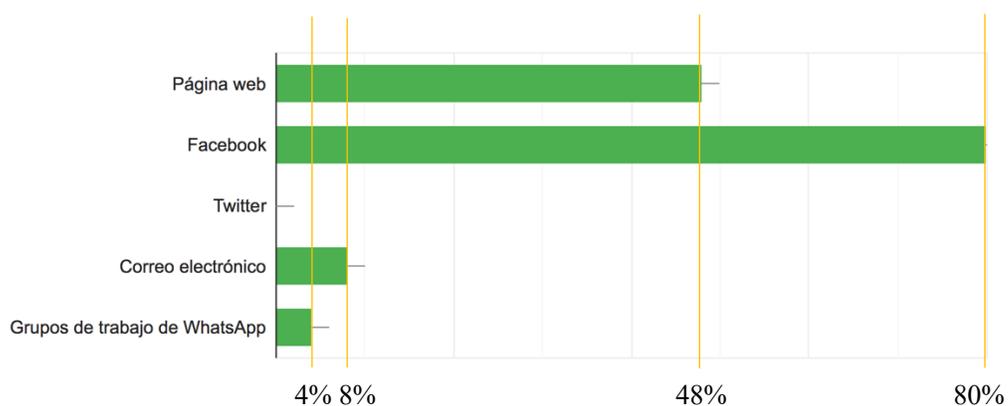


Fuente: Elaboración propia.

El 100% de la muestra sigue la red social *Facebook*, posicionándolo como la plataforma de comunicación externa con más alcance. El segundo canal digital más seguido es la página web con el 68%, equivalente a 80 personas. Respecto a la red social *Twitter*, del 32% que conoce el canal (como lo vimos en la gráfica anterior), únicamente el 28% lo sigue, o sea, 33 personas. Por último, el 1% o bien, 1 persona indica que sigue el correo electrónico de la Facultad, dejándolo en una gran desventaja ante los otros canales de comunicación, lo cual es comprensible ya que en este año *Facebook* alcanzó la cifra de 2.449M de usuarios que forman parte de la red social, convirtiéndola en la más usada en el mundo (Multiplicalia Online S.L, 2020).

Gráfica No. 4

Cuando necesita información de cursos, horarios, trámites, actividades e información en general de la Facultad, ¿a qué canal recurre?

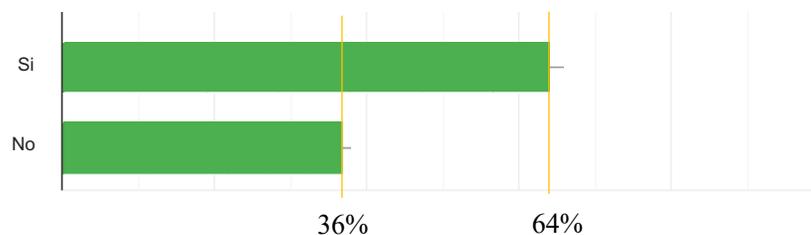


Fuente: Elaboración propia.

Respecto al canal al que recurren las personas para obtener información se ubica en primer lugar la red social de *Facebook* con el 80%, equivalente a 94 personas; seguido de la Página Web representada con el 48% de la muestra, o sea, 56 personas encuestadas. *Twitter* definitivamente no es un canal al que recurran para realizar estas consultas.

Gráfica No. 5

¿Los canales digitales le brindan datos, estadísticas, medidas, avances e información en general en relación a la crisis actual provocada por el COVID-19?

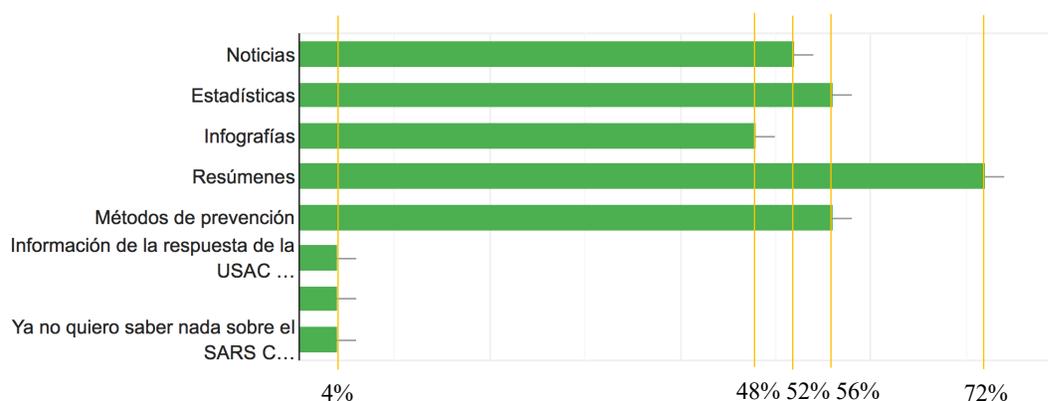


Fuente: Elaboración propia.

Ante la crisis sanitaria provocada por el COVID-19, el 64% equivalente a 75 de los encuestados, confirman que la Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia brinda información relacionada con este fenómeno; lo cual es considerable por el papel importante que desarrolla dentro de la Comisión de Prevención del nuevo Coronavirus SARSCoV2 y su enfermedad asociada COVID-19, dentro la Universidad de San Carlos de Guatemala.

Gráfica No. 6

¿Qué tipo de información le gustaría que se compartiera en los canales digitales de la Facultad, en relación a la crisis actual provocada por el COVID-19?

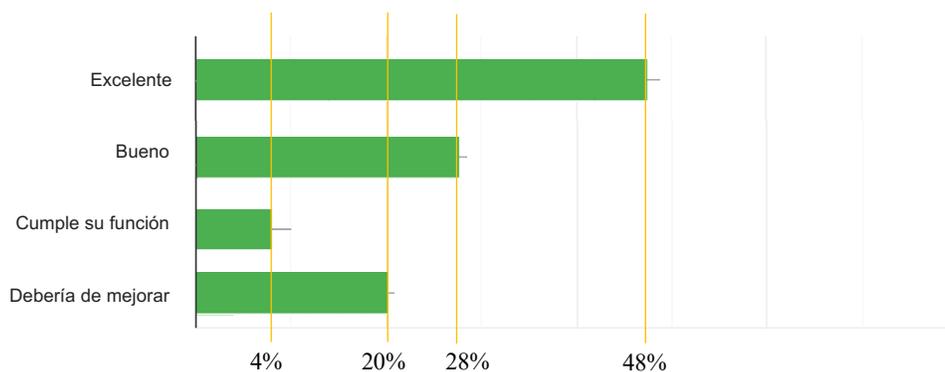


Fuente: Elaboración propia.

Derivado de la crisis sanitaria provocada por el COVID-19 a las personas les gustaría recibir resúmenes, estadísticas y métodos de prevención relacionados con este fenómeno. Estas acciones no han disminuido según lo observado, ya que las dependencias adjuntas a la Facultad contribuyen a la difusión de información importante en relación a este fenómeno; profesionales de las distintas áreas aportan significativamente con contenidos informativos, coadyudando a la comunidad que integra la Facultad a no desinformarse, ya que en internet y en las redes sociales se encuentra muy frecuentemente contenido erróneo, generalmente mal intencionado.

Gráfica No. 7

¿Cómo considera el manejo de la comunicación externa de la Facultad, a través de sus canales digitales?



Fuente: Elaboración propia.

El 48% de la muestra, equivalente a 56 de personas que siguen los canales digitales de la Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia, consideran que su manejo es bueno; el 28% correspondiente a 33 personas indican que cumplen con su función de informar, siendo de esta manera aceptable el manejo de los canales digitales. Por lo que, con base en esta información se parte para la construcción una estrategia de comunicación para que los canales alcancen un mejor nivel de aceptación, tomando en cuenta la conyuntura actual.

1.15. FODA

María de Lourdes Elena García Vargas, realiza el Análisis FODA como herramienta estratégica para analizar la pertinencia de programadas educativos e indica según Hidalgo (sin fecha) que el análisis FODA consiste en realizar una evaluación de los factores fuertes y débiles que, en conjunto, diagnostican la situación interna y externa de una organización.

Por otra parte, el análisis FODA según Thompson (1998) indica que una estrategia debe ajustar la capacidad interna (fortalezas y debilidades) y externa (oportunidades y amenazas) de la organización. Cada uno de los elementos que conforman esta estructura, como lo menciona García Vargas, es clave para determinar una estrategia eficiente y eficaz.

A continuación se muestra el FODA de la Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia.

		FORTALEZAS	DEBILIDADES
Factores internos	F1	Ser una Facultad con una larga trayectoria.	D1 No cuentan con un estudio previo de comunicación externa.
	F2	Las autoridades de la Facultad consideran importante desarrollar estrategias para una comunicación externa eficaz.	D2 Falta de una estrategia de comunicación para los canales digitales.
	F3	Cuentan con una persona encargada del diseño gráfico.	D3 Poca difusión de contenido en la red social <i>Twitter</i> de la Facultad.
	F4	Participa en la Comisión de Prevención del Nuevo Coronavirus y su enfermedad asociada COVID-19.	D4 Unificación de la identidad visual de la Facultad en sus canales digitales.
	F5	La Facultad por medio del Laboratorio Clínico Popular brinda apoyo al sistema de salud nacional con el análisis de muestras de COVID-19.	D5 No cuentan con una Unidad o Departamento de Comunicación. D6 Falta de socialización estratégica del aporte que realiza la Facultad por medio de su Laboratorio Clínico Popular a la situación actual provocada por COVID-19.
		OPORTUNIDADES	AMENAZAS
Factores externos	O1	Conocer la opinión de los usuarios de los canales digitales, para poder trabajar en sus necesidades.	A1 Falta de retroalimentación de la comunicación externa a través de los canales digitales, por parte de analistas o profesionales de la comunicación.
	O2	Cuentan con redes sociales activas, las cuales atraen una audiencia extensa.	A2 Autorización para la creación de la Unidad o Departamento de Comunicación de la Facultad.
	O3	Posee un alto alcance en la red social de <i>Facebook</i> .	A3 La presencia de troll en redes sociales.
	O4	El público objetivo que utiliza los canales digitales institucionales están de acuerdo con el manejo de los mismos.	A4 Presión mediática de los medios de comunicación en relación al análisis de muestras de COVID-19.

Fuente: Elaboración propia.

1.16. Problemas detectados

- a. Falta de un estudio de comunicación externa en la institución.
- b. Poca difusión de contenido en la red social *Twitter* de la Facultad.
- c. Falta de unificación de la identidad visual de los canales digitales de la Facultad.
- d. Ausencia de normas o manuales que orienten al manejo efectivo y estratégico de los canales digitales.
- e. Falta de socialización estratégica del aporte que realiza la Facultad por medio de su Laboratorio Clínico Popular a la situación actual provocada por COVID-19.
- f. Falta de integración de la unidad o departamento de Comunicación para que le dé soporte en el área a la Facultad.

1.17. Planteamiento del problema comunicacional

Debido a la ausencia de una unidad o departamento de comunicación ha sido difícil coordinar el manejo estratégico de los canales digitales de la Facultad, y se han identificado algunas irregularidades en relación a los mismos, desde la unificación de su identidad visual, el contenido que se difunde y las acciones tomadas con base en los aportes que esta institución realiza al país dentro de la conyuntura nacional.

1.18. Indicadores de éxito

- a. La Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia a través del Laboratorio Clínico Popular contribuye significativamente con el análisis de pruebas realizadas del nuevo Coronavirus SARSCoV2 y su enfermedad asociada COVID-19.
- b. No se cuenta con acceso a los canales digitales institucionales, por lo que la publicación del contenido será trasladado para autorización previa de la autoridad y luego a quien corresponda para la difusión pertinente.
- c. Se estima un bajo nivel de recursos tecnológicos y humanos para la realización del proyecto debido a las normas de distanciamiento social establecidas por las autoridades de salud.

- d. El proyecto se desarrollará con el financiamiento total de la epesista, como contribución a la institución, ya que por ser esta autónoma cuenta con un presupuesto limitado, previamente asignado.

1.19. Proyecto a desarrollar

“Estrategia de comunicación virtual de la Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia de la Universidad de San Carlos de Guatemala.”

CAPÍTULO II

2. PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN

De acuerdo a la Plataforma de Voluntariado de España (2007) citado en Portilla (2014) “ El plan de comunicación es un documento que recoge las políticas, estrategias, recursos, objetivos y acciones de comunicación, tanto internas como externas, que se propone realizar una organización, el cual ayuda a organizar los procesos de comunicación y guiar el trabajo comunicativo, facilitando la orientación y evitando la dispersión a la que puede llevarnos el trabajo día a día, por tanto, este promueve el seguimiento y la evaluación de estos procesos” (p. 22).

Por otra parte, Capriotti (2009) refiere que para llevar a cabo esta planificación se deberá definir y establecer los públicos, los objetivos, la estrategia global, las acciones tácticas y la programación de las acciones de comunicación.

Por ello, es importante precisar todos aquellos datos con los que contamos, considerando que con los mecanismos adecuados podremos visibilizar a la Institución, reflejado a través de una comunicación efectiva.

2.1. Descripción técnica del plan estratégico de comunicación

El presente plan estratégico de comunicación es exclusivamente para la Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia de la Universidad de San Carlos de Guatemala, previo a elaborarlo fue necesario realizar un diagnóstico de comunicación con el fin de conocer, analizar y describir las acciones de la Facultad. Como parte de la evaluación se pudieron identificar algunas dificultades comunicacionales fundamentales para el desarrollo óptimo de la institución, como lo es la proyección de su imagen, la falta de divulgación estratégica de sus contenidos, entre otros.

Por lo anterior, se diseña un plan de comunicación integral en el cual se presentan propuestas para dar solución a los problemas identificados, entre ellos: como primera fase el rediseño de su imagen gráfica para canales digitales virtuales, como segunda fase se crea el concepto y diseño creativo para una campaña para redes sociales en las cuales se socialice el aporte que realiza a la situación actual provocada por el COVID-19. Por último, un proyecto para la creación para la unidad administrativa de comunicación, clave para su desarrollo en el área.

Cabe resaltar que para efectuarlo se utilizará el recurso tecnológico de los canales digitales, los cuales contemplan un alcance aceptable dentro del público objetivo y a la vez nos brindan herramientas como lo son las métricas de efectividad del trabajo realizado, evaluación importante de contemplar.

2.2. Objetivos de la estrategia

2.2.1. Objetivo general

Fortalecer la comunicación interna y externa de la Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

2.2.2. Objetivos específicos

- a. Rediseñar la identidad visual de los canales digitales de comunicación externa de la Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia de la Universidad de San Carlos de Guatemala.
- b. Socializar estratégicamente el aporte que realiza la Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia de la Universidad de San Carlos de Guatemala a la situación actual provocada por COVID-19, a través de una campaña creativa para *Facebook* y *Twitter*.
- c. Crear la Unidad de Comunicación de la Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

2.3. Misión

Fortalecer la comunicación interna y externa de la Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

2.4. Visión

Posicionar a la Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia como una dependencia de la Universidad de San Carlos de Guatemala, con capacidad de autogestión e incidencia en el desarrollo integral del país.

2.5. Elementos comunicacionales que según su diagnóstico aplicará

2.5.1. Comunicación

Según Davis, K. y Newstrom, J. (2002) la comunicación es la transferencia de información y su comprensión entre una persona y otra. Es una forma de ponerse en contacto con otros mediante la transmisión de ideas, hechos, pensamientos, sentimientos y valores. Su objetivo es que el receptor entienda el mensaje tal como lo pretende el emisor.

Según el modelo de Shannon y Weaver los elementos básicos que intervienen en un proceso de comunicación son:

- Emisor o fuente: es aquella persona que tiene capacidad para emitir un mensaje y lo transmite por medio de un canal a un receptor. Es la persona que se encuentra al inicio de la emisión.
- Receptor: es aquella persona o grupo que recibe el mensaje.
- Código: es la forma en la que se transmite la información. La existencia de un código implica que se ha de descifrar o decodificar el paquete de información que se transmite.
- Mensaje: es el contenido informativo que se traslada.
- Canales: es el medio físico a través del cual se transmite la información. Ejemplo: departamentos, mensajeros, internet, salas de juntas.

- Realimentación o Feedback: Es un elemento muy importante dentro del proceso de comunicación, ya que a partir de esta el emisor recibe una respuesta por parte del receptor. Además que en esta fase se comprueba si el receptor ha recibido o no el mensaje inicial, así también, si el emisor logró provocar el cambio de conocimientos, de actitudes, de opinión y de conductas deseadas en el receptor, según haya sido su objetivo. (Martínez de Velasco & Nosnik, 1999)

2.5.1.1. Comunicación interna

La comunicación interna según lo indica Jesús García Jiménez, es un recurso gerencial en orden a alcanzar los objetivos corporativos y culturales, organizacionales, funcionales, estratégicos y comportamentales de la empresa. La comunicación interna no es un fin, sino un medio, una herramienta insustituible para desarrollar las nuevas competencias, que supone el nuevo contrato psicológico que hoy vincula a los hombres con las organizaciones.

2.5.1.2. Comunicación externa

Por otra parte, podemos definir la comunicación externa como aquellos actos comunicativos dirigidos a públicos externos, con el fin de mantener o perfeccionar las relaciones públicas y así proyectar mejor la imagen corporativa de la institución.

Canales de comunicación externa: Dentro de los canales más populares en la actualidad podremos mencionar:

- Notas o comunicados de prensa: Una nota de prensa es el documento con el que socializamos una noticia, con la intención de que la publique en su medio de comunicación; y un comunicado para informar sobre algún acontecimiento que sea importante socializar para la institución.
- Sitio web: A través de esta plataforma, la institución puede informar al usuario sobre sus novedades, agenda de actividades, organigrama, e información de interés de su público.

- Publicidad digital: Permite a la institución resaltar frente al resto, el “boom digital” exige apoyarse de técnicas de posicionamiento para mejorar visibilidad en la web.
- E-mail marketing: A través del este es posible lanzar diferentes tipos de mensajes más persuasivos, informativos, y de fidelización.
- Las relaciones públicas: Son actividades y programas de comunicación creados para sostener buenas relaciones con los diferentes públicos, y también se encargan de gestionar la comunicación entre una institución y el público (sociedad).
- Redes sociales: Las redes sociales son ideales para establecer conversaciones con los seguidores, resolver dudas e interactuar de manera más dinámica.

2.5.2. Redes sociales

Una red social es una plataforma en la web en las que se genera contenido digital como texto, imágenes o videos, utilizadas por un grupo de personas que tienen vínculos entre sí; las redes sociales han evolucionado la comunicación tradicional, avanzando con nuevos canales y herramientas. (Mejía, 2012)

2.5.2.1. Redes sociales en Guatemala

El número de los usuarios activos en redes sociales en Guatemala es de un 7.90 millones, los cuales al ser comparados con la población total representa un 45% de esta, cifra que ha significado un incremento del 7.2% en cambio de los usuarios de estas plataformas. (Shum, 2020)

Redes sociales más utilizadas en Guatemala: *Facebook* supera los 2400 millones, con un 7,8% más que el año pasado. En el segundo está *YouTube* con 2 mil millones de usuarios activos al mes. La tercera y cuarta posición son para *WhatsApp* y *Facebook Messenger*, con 1,600 y 1,300 millones de usuarios, respectivamente (SOY502, 2020).

2.5.3. Estrategia comunicacional

La estrategia comunicacional es el conjunto de decisiones y prioridades basadas en el análisis y el diagnóstico que definen tanto la tarea como el modo de cumplirla por parte de las herramientas de comunicación disponibles.

2.6. Alcances y límites de la estrategia

Alcance

- a. Se cuenta con las herramientas tecnológicas para desarrollar los productos.
- b. La accesibilidad a las plataformas virtuales permiten presentar la estrategia de comunicación desde el resguardo en casa.

Límites

- a. Medidas de prevención por COVID-19 limitan la ejecución de actividades presenciales.
- b. Falta de presupuesto para poder desarrollar todas las propuestas de solución brindadas.
- c. No se cuenta con acceso a los canales digitales institucionales, por lo que la publicación del contenido será trasladado para autorización previa de la autoridad y luego a quien corresponda para la difusión pertinente.

2.7. Metodología para la aplicación de la estrategia comunicacional

Para desarrollar el presente plan de acción comunicativa se utilizó la metodología descriptiva, con técnicas de recolección de datos que permitieron el análisis cualitativo y cuantitativo (mixto), y que con base en el análisis de los resultados se proponen las siguientes actividades.

2.8. Actividades para la operatividad de la estrategia

Las actividades a desarrollar están enfocadas en atender las necesidades de comunicación externa de la Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia, a través de sus canales digitales.

2.8.1. Rediseñar la identidad visual de los canales digitales de la Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

Estrategia: Rediseño de la identidad visual de los canales digitales de la Facultad.								
Fase	Táctica	Objetivo	¿Qué?	¿Cómo?	¿Cuándo?	¿Dónde?	¿Quién?	¿Cuánto?
Fase I	Manual de imagen institucional	Establecer una línea gráfica institucional.	Elaborar materiales respetando la línea gráfica propuesta.	Google Meet/ Correo electrónico	Cuarta semana de agosto 2020.	Campus central USAC, Facultad de CCQQ. y Farmacia, zona 12.	Epesista.	Q. 1,950.00
Fase II	Flyers para la página web	Fortalecer la identidad visual de la institución	Proyectar la imagen institucional a través de la página web.	Página web	Tercera semana de septiembre de 2020.	Campus central USAC, Facultad de CCQQ. y Farmacia, zona 12.	Encargado/a de la página web.	Q. 248.75
	Imagen para el perfil de <i>Facebook</i>	Fortalecer la identidad visual de la institución	Proyectar la imagen institucional a través de la Fan Page en <i>Facebook</i> .	<i>Facebook</i>	Tercera semana de septiembre de 2020.	Campus central USAC, Facultad de CCQQ. y Farmacia, zona 12.	Encargado/a de redes sociales.	Q. 248.75
	Flyer para la portada de <i>Facebook</i>	Fortalecer la identidad visual de la institución	Proyectar la imagen institucional a través de la Fan Page en <i>Facebook</i> .	<i>Facebook</i>	Tercera semana de septiembre de 2020.	Campus central USAC, Facultad de CCQQ. y Farmacia, zona 12.	Encargado/a de redes sociales.	Q. 248.75
	Imagen para el perfil <i>Twitter</i>	Fortalecer la identidad visual de la institución	Proyectar la imagen institucional a través del perfil en <i>Twitter</i> .	<i>Twitter</i>	Tercera semana de septiembre de 2020.	Campus central USAC, Facultad de CCQQ. y Farmacia, zona 12.	Encargado/a de redes sociales.	Q. 248.75
	Flyer para la portada de <i>Twitter</i>	Fortalecer la identidad visual de la institución	Proyectar la imagen institucional a través del perfil en <i>Twitter</i> .	<i>Twitter</i>	Tercera semana de septiembre de 2020.	Campus central USAC, Facultad de CCQQ. y Farmacia, zona 12.	Encargado/a de redes sociales.	Q. 248.75
	Imagen para el perfil de <i>YouTube</i>	Fortalecer la identidad visual de la institución	Proyectar la imagen institucional a través del canal de <i>YouTube</i> .	<i>YouTube</i>	Tercera semana de septiembre de 2020.	Campus central USAC, Facultad de CCQQ. y Farmacia, zona 12.	Encargado/a de redes sociales.	Q. 248.75
	Flyer para la portada de <i>YouTube</i>	Fortalecer la identidad visual de la institución	Proyectar la imagen institucional a través del canal de <i>YouTube</i> .	<i>YouTube</i>	Tercera semana de septiembre de 2020.	Campus central USAC, Facultad de CCQQ. y Farmacia, zona 12.	Encargado/a de redes sociales.	Q. 248.75

Fuente: Elaboración propia.

Como parte del control y seguimiento al proyecto, se monitorearán las reacciones e interacciones en las redes sociales, como indicadores de efectividad.

2.8.2. Socializar estratégicamente el aporte que realiza la Facultad a la situación actual provocada por COVID-19, a través de una campaña creativa para *Facebook* y *Twitter*.

Estrategia: Socializar estratégicamente el aporte que realiza la Facultad a la situación actual provocada por COVID-19, a través de una campaña creativa para <i>Facebook</i> y <i>Twitter</i> .							
Táctica	Objetivo	¿Qué?	¿Cómo?	¿Cuándo?	¿Dónde?	¿Quién?	¿Cuánto?
Flyer 1	Socializar y sensibilizar sobre el aporte que realiza la Facultad en relación al COVID-19 en el país.	Informar del inicio de evaluación de pruebas.	<i>Facebook</i> y <i>Twitter</i> .	Tercera semana de septiembre de 2020.	Laboratorio Clínico Popular de la Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia	Encargado/a de redes sociales.	Q. 248.75
Flyer 2	Socializar y sensibilizar sobre el aporte que realiza la Facultad en relación al COVID-19 en el país.	Apoyo interinstitucional.	<i>Facebook</i> y <i>Twitter</i> .	Tercera semana de septiembre de 2020.	Laboratorio Clínico Popular de la Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia	Encargado/a de redes sociales.	Q. 248.75
Flyer 3	Socializar y sensibilizar sobre el aporte que realiza la Facultad en relación al COVID-19 en el país.	Avances en la evaluaciones de pruebas.	<i>Facebook</i> y <i>Twitter</i> .	Tercera semana de septiembre de 2020.	Laboratorio Clínico Popular de la Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia	Encargado/a de redes sociales.	Q. 248.75
Flyer 4	Socializar y sensibilizar sobre el aporte que realiza la Facultad en relación al COVID-19 en el país.	Reporte de resultados al Ministerio.	<i>Facebook</i> y <i>Twitter</i> .	Tercera semana de septiembre de 2020.	Laboratorio Clínico Popular de la Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia	Encargado/a de redes sociales.	Q. 248.75
Flyer 5	Socializar y sensibilizar sobre el aporte que realiza la Facultad en relación al COVID-19 en el país.	Agradecimiento al personal que apoya en la evaluación de las pruebas.	<i>Facebook</i> y <i>Twitter</i> .	Cuarta semana de septiembre de 2020.	Laboratorio Clínico Popular de la Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia	Encargado/a de redes sociales.	Q. 248.75
Flyer 6	Socializar y sensibilizar sobre el aporte que realiza la Facultad en relación al COVID-19 en el país.	Seguiremos trabajando por Guatemala.	<i>Facebook</i> y <i>Twitter</i> .	Cuarta semana de septiembre de 2020.	Laboratorio Clínico Popular de la Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia	Encargado/a de redes sociales.	Q. 248.75

Fuente: Elaboración propia.

Como parte del control y seguimiento al proyecto, se monitoreará la campaña por medio de las reacciones, interacciones y compartidos en ambas redes sociales con el objetivo de medir la efectividad.

Desarrollo de la campaña digital

Antecedentes

Se elaboró previamente un estudio de mercado de la Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia de la Universidad de San Carlos de Guatemala, institución con naturaleza educativa, con más de 100 años de aportar a la sociedad guatemalteca a través de sus actividades académicas, de extensión e investigación. Además se realizó un estudio de los perfiles de los públicos a los cuales llega la Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia, definiendo a estudiantes principalmente, seguido de público en general.

Por lo anterior se ha considerado la importancia de realizar un enlace entre la crisis sanitaria provocada por COVID-19 y el aporte que realiza la Facultad con el análisis de las muestras de esta enfermedad, a través de su Laboratorio Clínico Popular.

Objetivo de la actividad

Difundir el aporte de la Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia desde los siguientes puntos:

- De comunicación hacia estudiantes y docentes.
- De comunicación hacia los colaboradores.
- De comunicación hacia pueblo de Guatemala y estudiantes en general.

Público objetivo

- Estudiantes de la Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia.
- Docentes de la Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia.
- Colaboradores de la Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia.
- Comunidad sancarlista y población en general.

Mensaje

“Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia trabajando por Guatemala en contra del COVID-19”.

Estrategia creativa

Eslogan: Investigación científica y tecnológica al servicio a todos.

Etiquetas: #CCQyFarmaciaTrabajando y #CCQyFarmaciaEnContraDelCOVID19

Fases:



Los planes de comunicación

- *Facebook*
- *Twitter*

Tácticas

Se elaborarán piezas creativas con fotos del laboratorio y del personal que apoya en él, así com mensajes positivos para socializar y sensibilizar a la comunidad sancarlista como a la población en general.

Control y seguimiento

Como parte del control y seguimiento al proyecto, se monitoreará la campaña por medio de las reacciones, interacciones, compartidos y personas alcanzadas en ambas redes sociales, con el objetivo de medir la efectividad y el alcance que obtuvo la campaña a favor de la Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

2.8.3. Crear la Unidad de Comunicación de la Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia.

Estrategia: Crear la unidad de comunicación de la Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia.							
Táctica	Objetivo	¿Qué?	¿Cómo?	¿Cuándo?	¿Dónde?	¿Quién?	¿Cuánto?
Presentar el proyecto para la creación de la Unidad de Comunicación de la Facultad.	Creación de la Unidad de Comunicación de la Facultad.	Entrega del proyecto a la autoridad superior de la Facultad.	Google Meet / Correo electrónico	Cuarta semana de agosto 2020	Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia	Epesista.	Q. 1,950.00

Fuente: Elaboración propia.

Se diseña el proyecto para la creación de la unidad administrativa de comunicación de la Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia de la Universidad de San Carlos de Guatemala, tomando como base el diagnóstico comunicacional realizado, en el que se evidencian las deficiencias relacionadas con el manejo de la comunicación externa a través de los canales digitales, situación que limita la proyección institucional de la Facultad en relación al desarrollo de sus objetivos.

En la propuesta se plantea el objetivo general y específicos de la unidad de comunicación, propósito del puesto, principales responsabilidades del puesto, aportes académicos relacionado con estudiantes, profesores, administrativos; y aportes institucionales con la Facultad, Universidad y fuera de ella. Gestión administrativa para autorización del recurso humano, horario de atención de la unidad, espacio físico, mobiliario y equipo necesario.

Se sugiere el perfil del profesional: características, habilidades y actitudes, área de conocimiento, experiencia laboral deseable.

2.9. Cronograma

Actividades	Agosto			Septiembre			Octubre	
	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2
Planificación de la estrategia para la Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia.								
Entrega del Manual de Imagen Institucional.								
Entrega del Proyecto para la creación de la unidad administrativa de comunicación.								
Autorización de la socialización de la campaña digital para <i>Facebook</i> y <i>Twitter</i> .								
Lanzamiento de la campaña de redes sociales #CCQyFarmaciaTrabajando.								
Monitoreo de la campaña de redes sociales #CCQyFarmaciaTrabajando.								
Acompañamiento a la campaña de redes sociales encaminada al cierre.								
Cierre de campaña								

Fuente: Elaboración propia.

2.10. Financiamiento

Implementar el plan estratégico de comunicación para la Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia implica productos comunicacionales que requieren recurso financiero, sin embargo, en el marco del Ejercicio Profesional Supervisado -EPS- de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, la epesista cubrirá los gastos de aquellos productos que se llevarán a cabo de manera virtual (acciones que podrán desarrollarse a corto plazo, durante el mes de la ejecución de los mismos), como consecuencia a la crisis sanitaria y emergencia nacional provocada por el COVID-19. Por lo anterior, la institución se beneficia al no asumir dichos gastos, teniendo en cuenta que la ejecución del proyecto se realiza como parte del proceso de práctica en el EPS de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

La presente estrategia de comunicación es importante para la organización ya que le permitirá fortalecer la comunicación interna y externa, y reforzar la interacción con sus públicos.

2.11. Presupuesto

Teniendo en cuenta que no se pueden realizar actividades presenciales, el presupuesto del presente plan estratégico gira alrededor de la redes sociales; a diferencia del proyecto para la creación de la unidad administrativa de comunicación, del cual se debe de considerar la recaudación de presupuestaria y las autorizaciones previas para integrarlo en el anteproyecto de presupuesto para el ejercicio fiscal 2021.

Dentro del presupuesto se contemplará el costo de la estrategia, el costo del Manual de Imagen Institucional, el costo del Proyecto para la creación de la Unidad de Comunicación, el costo de los artes para el rediseño gráfico de las redes sociales y los artes que conforman la campaña creativa, además de la pauta publicitaria en redes sociales, para esta última se especificará un margen de días y de alcance de personas a las que se pretende llegar, se seleccionarán las horas y los días más convenientes, estableciendo una fecha de inicio y una fecha de fin. A continuación se presenta el detalle:

Manual de Imagen Institucional:

Manual de Imagen Institucional	Costo total
	Q. 1,950.00

Fuente: Elaboración propia.

Proyecto para la creación de la Unidad de Comunicación de la Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia:

Proyecto para la creación de la Unidad de Comunicación de la Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia	Costo total
	Q. 1,950.00

Fuente: Elaboración propia.

Elaboración de artes para el rediseño de imagen:

No.	Cantidad	Producto	Costo
1.	1	Flyers para la página web	Q. 995.00
2.	1	Imagen para el perfil de <i>Facebook</i>	
3.	1	Flyer para la portada de <i>Facebook</i>	
4.	1	Imagen para el perfil de <i>Twitter</i>	
5.	1	Flyer para la portada de <i>Twitter</i>	Q. 746.25
6.	1	Imagen para el perfil de <i>YouTube</i>	
7.	1	Flyer para la portada de <i>YouTube</i>	
Costo total:			Q. 1,741.25

Fuente: Elaboración propia.

Elaboración de artes para la campaña creativa:

No.	Cantidad	Producto	Costo
1.	6	Flyers	Q. 1,492.50
Costo total:			Q. 1,492.50

Fuente: Elaboración propia.

Promoción para dos publicaciones para cada red social claves de la campaña:

	Días de duración de publicación	Número estimado de personas alcanzadas cada día	Costo total
<i>Facebook</i>	2 días	4 mil – 11,6 mil	Q. 200.00
	2 días	3,6 mil – 10,5 mil	Q. 180.00
Costo total:			Q. 380.00

	Días de duración de publicación	Número estimado de personas alcanzadas cada día	Costo total
<i>Twitter</i>	2 días	3 mil – 5,4 mil	Q. 120.00
	2 días	4,2 mil – 8,5 mil	Q. 180.00
Costo total:			Q. 300.00

Fuente: Elaboración propia.

Estrategia de comunicación:

No.	Cantidad	Producto	Costo
1.	1	Estrategia integral de comunicación	Q. 1,500.00
Costo total:			Q. 1,500.00

Fuente: Elaboración propia.

Resumen:

No.	Cantidad	Producto	Costo
1.	1	Manual de Imagen Institucional	Q. 1,950.00
2.	1	Proyecto para la creación de la Unidad de Comunicación de la Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia	Q. 1,950.00
3.	7	Elaboración de artes para el rediseño de imagen	Q. 1,741.25
4.	6	Elaboración de artes para la campaña creativa	Q. 1,492.50
5.	4	Pauta para redes sociales (2 Facebook y 2 Twitter)	Q. 680.00
6.	1	Estrategia integral de comunicación	Q. 1,500.00
Costo total:			Q. 9,313.75

Fuente: Elaboración propia.

De lo anterior se cuenta con la siguiente opción de financiamiento:

Días de duración de publicación	Número estimado de personas alcanzadas cada día	Costo total
Costo total del proyecto		Q. 9,313.75
(-) Aporte epesista		- Q. 9,313.75
Costo para la institución		Q. 0.00

Fuente: Elaboración propia.

2.12. Beneficiarios

Beneficiarios	Beneficio
Beneficiarios primarios: Seguidores de los canales digitales de la Facultad: comunidad académica, comunidad sancarlista y aspirantes a ingresar a la unidad académica.	Las personas estarán informadas de las acciones que realiza la unidad académica en relación la situación actual provocada por COVID-19, lo que reforzará su identidad con la Facultad.
Beneficiarios secundarios: Administración 2019-2023	Visibilización del trabajo que realiza en apoyo al sistema de salud pública, a favor de las guatemaltecas y guatemaltecos.

Fuente: Elaboración propia.

2.13. Recurso Humano

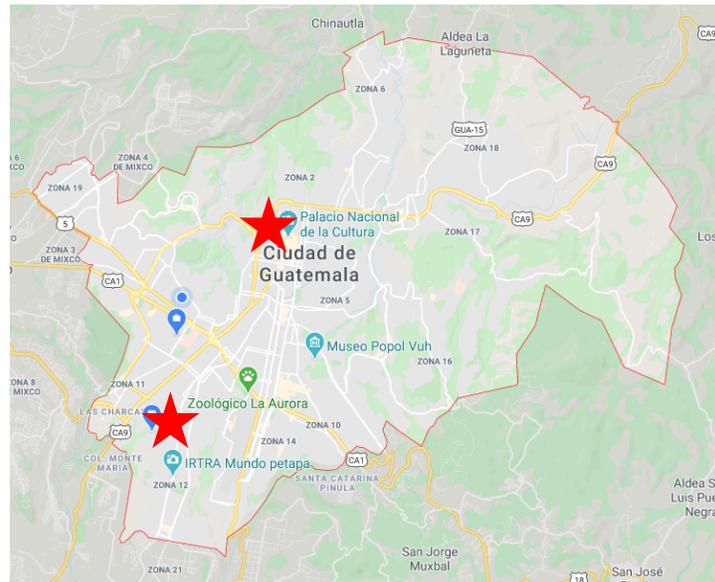
Personal	Cargo	Actividad
M.A. Evelyn Morazán	Sub-coordinadora del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura.	Orientación en el desarrollo de las fases del proyecto.
Lcda. Brenda Chacón	Supervisora del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura.	Asesoría y apoyo en construcción de la fase diagnóstica y plan estratégico de comunicación, durante la Práctica Profesional.
M.A. Evelin Hernández	Supervisora del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura.	Asesoría y apoyo en construcción de la fase del plan estratégico de comunicación y la ejecución de la Práctica Profesional.
M.A. Pablo Oliva	Decano de la Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia	Apoyo en la aprobación del plan de comunicación y materiales que conforman la estrategia.
Publicista Claudia Sitán	Epesista	Investigación, planificación, coordinación y ejecución de Plan de comunicación para la Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia

Fuente: Elaboración propia.

2.14. Áreas geográficas de acción

Zonas 1 y 12 de la Ciudad de Guatemala.

Ilustración 7: Área geográfica de acción, zona 1 y 12 de la Ciudad de Guatemala.



Fuente: Google Maps. Captura de pantalla y localización en mapa del 30 de agosto de 2020.

2.15. Cuadro comparativo de la estrategia

Actividad o producto Comunicacional	Objetivos específicos	Presupuesto	Recurso Humano	Área geográfica del impacto	Beneficiarios	Fecha de ejecución
Entrega del Manual de Imagen Institucional para la Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia.	Establecer una línea gráfica institucional para la Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia.	Q. 1950.00	Epesista y autoridad de la Facultad	Campus central USAC, Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia, edificio T12.	Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia.	Lunes 31 de agosto de 2020.
Entrega del Proyecto para la creación de la unidad administrativa de comunicación de la Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia.	Creación de la Unidad de Comunicación de la Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia.	Q. 1950.00	Epesista y autoridad de la Facultad	Campus central USAC, Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia, edificio T12.	Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia.	Lunes 31 de agosto de 2020.
Rediseño de la identidad visual de los canales digitales de la Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia.	Fortalecer la identidad visual de la Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia.	Q. 1,741.25	Epesista	Campus central USAC, Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia, edificio T12.	Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia, comunidad académica y población en general.	Miércoles 16 de septiembre de 2020.
Lanzamiento de la campaña de redes sociales: #CCQyFarmaciaTrabajandoEnContraDelCOVID19	Socializar estratégicamente el aporte que realiza la Facultad por medio de su Laboratorio Clínico Popular a la situación actual provocada por COVID-19.	Q. 1,492.50	Epesista	Ciudad de Guatemala y municipios del depto.	Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia, comunidad académica y población en general.	Jueves 17 de septiembre de 2020.
Monitoreo de la campaña de redes sociales: #CCQyFarmaciaTrabajandoEnContraDelCOVID19	Darle acompañamiento con el fin de lograr el propósito propuesto.	Q. 1,500.00	Epesista	Ciudad de Guatemala y municipios del depto.	Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia, comunidad académica y población en general.	Del 21 al 27 de septiembre de 2020.
Acompañamiento a la campaña de redes sociales encaminada al cierre.	Darle acompañamiento con el fin de lograr acciones efectivas y satisfactorias para la Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia..	Q. 680.00 incl. pauta	Epesista	Ciudad de Guatemala y municipios del depto.	Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia, comunidad académica y población en general.	Del 28 al 30 de septiembre de 2020.

Fuente: Elaboración propia.

CAPÍTULO III

3. INFORME DE EJECUCIÓN

3.1. Rediseño de la identidad visual de los canales digitales de la Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

Objetivo de la Actividad: Fortalecer la identidad visual de la Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia.

Medio utilizado: *Página web, Facebook, Twitter y YouTube.*

Área geográfica de impacto: Campus central USAC, Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia, edificio T12.

Presupuesto en esta acción: Según los costos del diseño gráfico de las 7 piezas y el Manual de imagen institucional se invierte un total de dos mil quetzales exactos (Q. 2,000.00).

Validación

Página web: <https://portal.ccqqfar.usac.edu.gt/>

Cabecera del portal web y acceso directo a las redes sociales de la Facultad.



Pie del portal web, pestaña de contacto.



Facebook: <https://www.facebook.com/ccqqfar>



Imagen del perfil de la Fan Page de la Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia USAC.



Portada de Facebook de la Fan Page de la Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia USAC.



Twitter: <https://twitter.com/ccqqfar>



11:21

FACULTAD DE CIENCIAS QUÍMICAS Y FARMACIA
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

Seguir

Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia - USAC
@ccqqfar

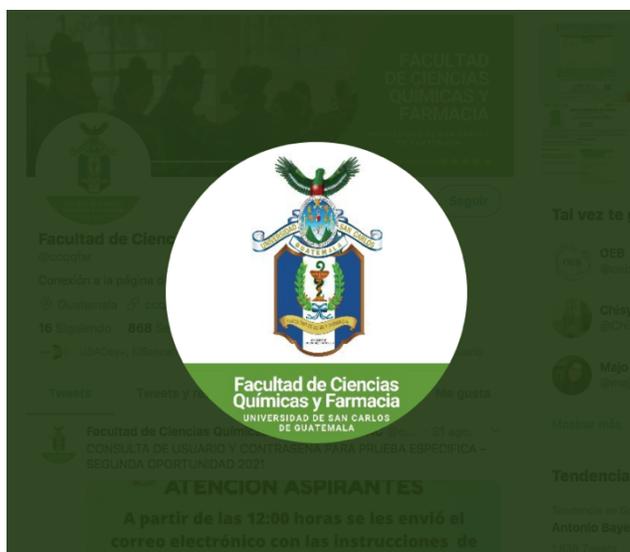
Conexión a la página de la facultad de Ciencias Químicas y Farmacia

Guatemala ccqqfar.usac.edu.gt

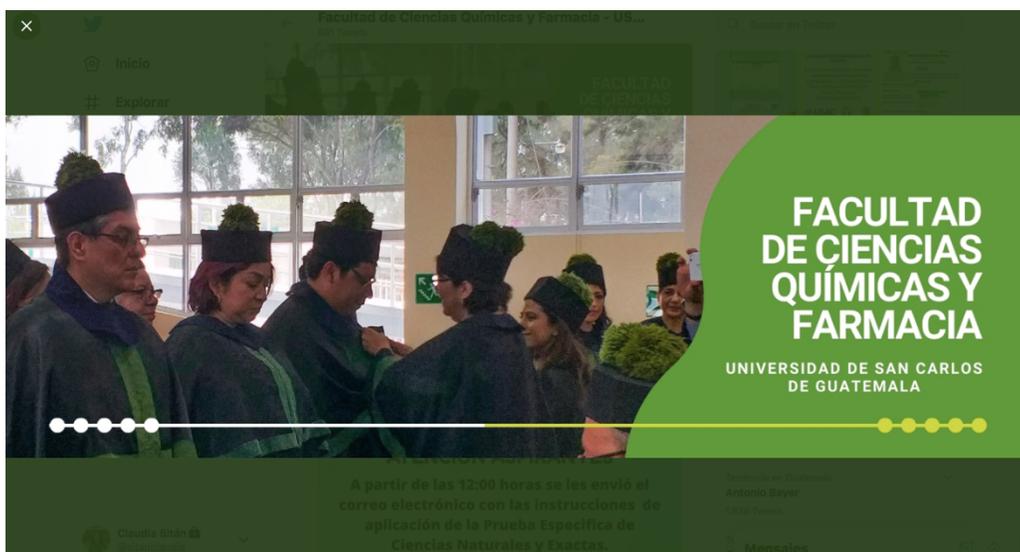
Se unió en diciembre de 2012

16 Siguiendo 868 Seguidores

Perfil de la cuenta de *Twitter* de la Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia USAC.



Portada de la cuenta de *Twitter* de la Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia USAC.



YouTube: <https://twitter.com/ccqqfar>

Perfil y portada del canal de *YouTube*

Principal
Tendencias
Suscripciones
Biblioteca
Historial

Accede para dar "Me gusta" a los videos, realizar comentarios y suscribirte.
ACCEDER

LO MEJOR DE YOUTUBE
Música
Deportes
Videojuegos
Noticias
En vivo
Aprendizaje
Video en 360°

ccqqfar

ACCEDER

FACULTAD DE CIENCIAS QUÍMICAS Y FARMACIA
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia USAC
21 suscriptores
SUSCRIBIRSE

PÁGINA PRINCIPAL VIDEOS LISTAS DE REPRODUCCIÓN CANALES DEBATE ACERCA DE

Videos subidos ▶ REPRODUCIR TODO

Video Title	Views	Upload Date
Pasos para la desasignación de cursos en...	69 vistas	Hace 6 meses
Recopilación de Normativos e Instructivos de la Facultad	103 vistas	Hace 1 año
Junio - Mes de la Honestidad	7 vistas	Hace 1 año
Kiosco de Información Frente a Rectoría...	25 vistas	Hace 1 año
Mensaje de Kevin Segura #ObservatorioUsac...	51 vistas	Hace 1 año

3.2. Socializar estratégicamente el aporte que realiza la Facultad a la situación actual provocada por COVID-19, a través de una campaña creativa para Facebook y Twitter.

Objetivo de la actividad: Socializar y sensibilizar sobre el aporte que realiza la Facultad por medio de su Laboratorio Clínico Popular y otras dependencias, en relación al COVID-19 en el país.

Medio utilizado: *Facebook y Twitter.*

Área geográfica de impacto: Ciudad de Guatemala y municipios del departamento.

Presupuesto en esta acción: Considerando la creación de la estrategia de comunicación, los 6 flyers a utilizarse y la pauta para *Facebook y Twitter*, se estima el valor de tres mil, trescientos ochenta quetzales exactos (Q. 3,380.00).

Validación:

Posteo día 1.



3.3. Crear la Unidad de Comunicación de la Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia.

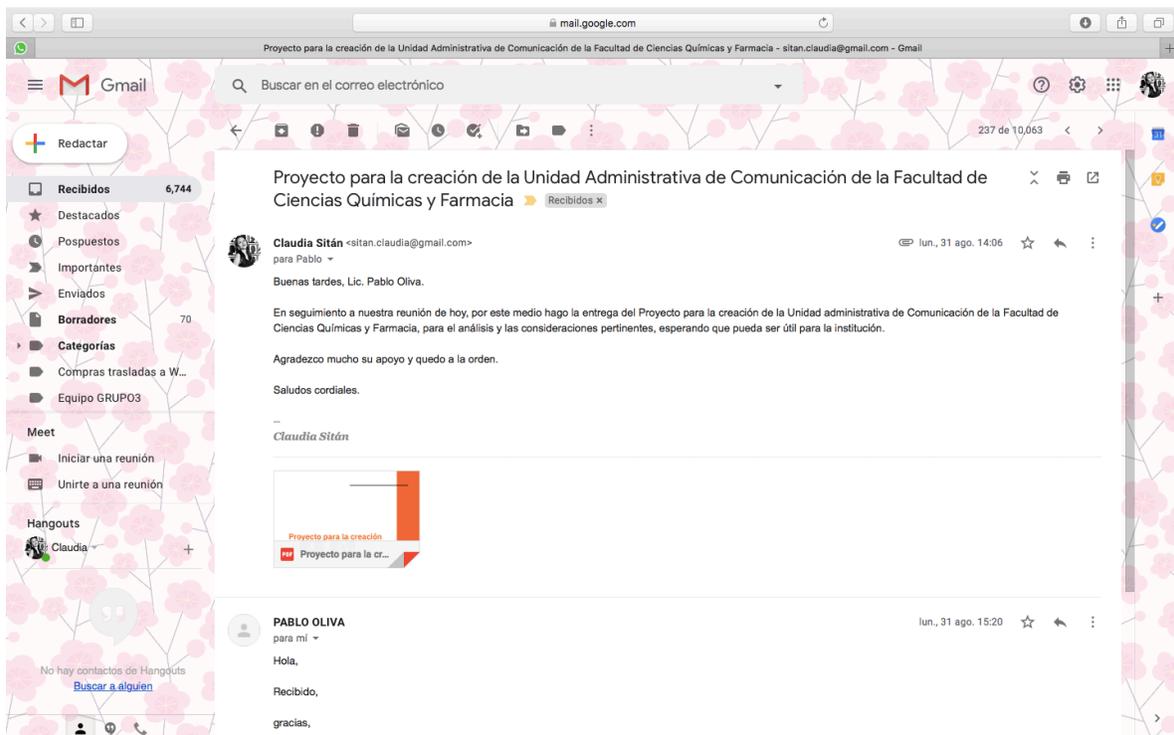
Objetivo de la Actividad: Creación de la Unidad de Comunicación de la Facultad.

Medio utilizado: Google Meet / Correo electrónico.

Área geográfica de impacto: Campus central USAC, Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia, edificio T12.

Presupuesto en esta acción: La elaboración del proyecto está valorado en seiscientos quetzales exactos (Q. 600.00).

Validación:



3.4. Programación y calendarización:

		CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES DEL EPSL 2020																																						
No.	Actividad	MESES																																						
		Marzo					Abril					Mayo					Junio				Julio					Agosto				Septiembre				Octubre						
Meses		S1	S2	S3	S4	S5	S1	S2	S3	S4	S5	S1	S2	S3	S4	S5	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S5	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S5		
Semanas		S1	S2	S3	S4	S5	S1	S2	S3	S4	S5	S1	S2	S3	S4	S5	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S5	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S5		
1	Reuniones de la fase propedéutica.																																							
2	Elaboración y entrega de informes de Fase Propedéutica, más investigación de campo inicial.																																							
3	Proceso de entrega papelería para completar inscripción EPS - Licenciatura.																																							
4	Conferencias orientadas a la fase diagnóstica del Ejercicio Profesional Supervisado.																																							
5	Elaboración, revisión y entrega de la Evaluación: 1. Diagnóstico de Comunicación																																							
6	Conferencias orientadas a la fase de elaboración del plan de comunicación del Ejercicio Profesional Supervisado.																																							
7	Elaboración y entrega: 2. Plan de Comunicación																																							
8	Planificación de la ejecución de las estrategias de comunicación externa																																							
9	Elaboración del material como parte de la Estrategias del Plan de Comunicación																																							
10	Conferencias orientadas a la fase de ejecución del plan de comunicación del Ejercicio Profesional Supervisado																																							
11	Ejecución de las estrategias del plan de comunicación																																							
12	Entrega del informe de los 3 capítulos para revisión																																							
13	Recepción y revisión final de informe final																																							
14	Evaluaciones de los informes-presentaciones individuales																																							
15	Impresión final de informe empastado con od's																																							
16	Finalización del EPS de Licenciatura-Entrega de notas a Control Académico																																							

3.5. Conclusiones

La Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia cuenta con cuatro canales digitales de comunicación externa, siendo la red social *Facebook* la de mayor alcance.

Se rediseñó la identidad visual de los canales digitales de la Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia, cumpliendo con el Manual de Imagen Institucional autorizado.

La Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia es una unidad académica que durante más de 100 años contribuye al desarrollo del país por medio de la investigación científica y tecnológica, y en el presente año se le brinda asesoramiento estratégico para socializar y sensibilizar a sus públicos sobre el aporte que realiza al sistema de salud nacional por la pandemia provocada por COVID-19.

Por la importancia que tiene la comunicación dentro de las instituciones en la actualidad, se considera sustancial la implementación de una Unidad Administrativa de Comunicación para la Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia, que brinde acompañamiento en busca de su desarrollo institucional.

3.6. Recomendaciones

Respetar el Manual de Imagen Institucional autorizado para la creación de contenido para la Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia.

Implementar evaluaciones sistemáticas para medir la efectividad de la comunicación externa de la Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia a través de los canales digitales.

Activar la red social *Twitter* ofreciendo contenido de interés para los públicos a los que se dirige.

Crear producciones audiovisuales para el canal de *YouTube* con la ayuda de dependencias de la Universidad, para dar a conocer las áreas protegidas y las áreas de usos múltiples que contempla el Centro de Estudios Conservacionistas, así como otras unidades de la Facultad.

Realizar actividades conjuntas con la Unidad de Gestión de la Informática y Diseño Gráfico, en busca de la creación de productos que fortalezcan la comunicación externa de la Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia.

Darle seguimiento a la propuesta de creación de la Unidad Administrativa de Comunicación, la cual brindará apoyo fundamental en el área.

IV. Referencias bibliográficas

- Audirac, C. A., & otros, y. (2006). *ABC del desarrollo organizacional*. México: Trillas.
- pyme, M. p. (Sin fecha). Como elaborar un plan de comunicación. Sin registro: Sin registro.
- Biología. (2018). *Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia*. Obtenido de ccqqfar.usac.edu.gt: <https://eb.ccqqfar.usac.edu.gt/>
- Capriotti, P. (2009). *Branding Corporativo, Fundamentos para la gestión estratégica de la Identidad Corporativa*. Chile: Editorial Andros Impresores.
- CEDOFB. (2017). *Centro de Documentación y Biblioteca de Farmacia*. Obtenido de farmacia.usac.edu.gt: <https://biblioteca-farmacia.usac.edu.gt/portal/>
- Davis, K., & Newstrom, J. (2002). *Comportamiento Organizacional*. México: McGraw-Hill.
- Eisman, L. B., Colás Bravo, P., & Hernández Pina, F. (1998). *Métodos de Investigación en Psicopedagogía*. España: McGRAW-HILL.
- Farmacia, F. d. (2018). *Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia*. Obtenido de usac.edu.gt: http://c3.usac.edu.gt/facfarmacia.usac.edu.gt/public_html/
- Farmacia, P. (2016). *Control Académico EPP CCQQFAR*. Obtenido de controlacademicoeepccqqfar.usac.edu.gt: <https://controlacademicoeepccqqfar.usac.edu.gt/>
- Hernández-Sampieri, R. (2014). *Metodología de la Investigación*. México, D.F.: McGRAW-HILL.
- Hidalgo, U. A. (s.f.). *UAEH.EDU.MX*. Obtenido de UAEH.EDU.MX: <https://www.uaeh.edu.mx/scige/boletin/tepeji/n2/p1.html>
- Instituto de Investigaciones Químicas y Biológicas. (2020). *Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia*. Obtenido de ccqqfar.usac.edu.gt: <https://iiqb.ccqqfar.usac.edu.gt/>
- Johnson, G., & Scholes, K. (2001). *Dirección estratégica*. España: Pearson Educación.
- Lindlof, T. (1995). *Qualitative Communication Research Methods*. Thousand Oaks, CA, U.S.A.: SAGE Publications.
- Martínez de Velasco, A., & Nosnik, A. (1999). *Comunicación Organizacional Practica Manual Gerencial*. México: Trillas.

- Mejía, O. (2012). USO DE LAS REDES SOCIALES COMO MEDIO COMERCIAL. *Tesis de Licenciatura*. Universidad de San Carlos de Guatemala, Ciudad de Guatemala.
- Méndez Alvarez, C. E. (1995). *Metodología: Guía para elaborar diseños de investigación en ciencias económicas, contables y administrativas*. Bogotá, Colombia: McGraw-Hill.
- Municipalidad de Guatemala. (Sin año). *Dirección de Información Geográfica Municipal*. Obtenido de [muniguate.com: https://sig.muniguate.com/proyectosDIGM/cultura/museos/MUSEOS/Historia%20Natural%20USAC.html](https://sig.muniguate.com/proyectosDIGM/cultura/museos/MUSEOS/Historia%20Natural%20USAC.html)
- Nutrición, E. d. (2018). *Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia, USAC*. Obtenido de [ccqqfar.usac.edu.gt: https://en.ccqqfar.usac.edu.gt/actividades-de-extension/](https://en.ccqqfar.usac.edu.gt/actividades-de-extension/)
- PORTILLA GARCIA, P. M. (Marzo de 2014). *PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN INTERNA PARA UNA INSTITUCIÓN DESCENTRALIZADA DEL GOBIERNO*. GUATEMALA DE LA ASUNCIÓN.
- Prieto Castillo, D. (1985). *Diagnóstico de Comunicación*. Quito: CIESPAL.
- Química. (2018). *Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia*. Obtenido de [ccqqfar.usac.edu.gt: https://eq.ccqqfar.usac.edu.gt/](https://eq.ccqqfar.usac.edu.gt/)
- Química Biológica. (2018). *Facultad de Ciencias Químicas y Biológicas*. Obtenido de [ccqqfar.usac.edu.gt: https://eqb.ccqqfar.usac.edu.gt/](https://eqb.ccqqfar.usac.edu.gt/)
- Química Farmacéutica. (2020). *Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia*. Obtenido de [ccqqfar.usac.edu.gt: https://eqf.ccqqfar.usac.edu.gt/](https://eqf.ccqqfar.usac.edu.gt/)
- Rodríguez, D. (2015). *Diagnóstico Organizacional*. Santiago de Chile: Ediciones Universidad Católica de Chile.
- Rosales, M. A. (2020). *Diagnóstico. Taller I: "Diagnóstico"*. Ciudad de Guatemala.
- Sampieri, R. H., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (1991). *METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN*. México: McGRAW - HILL INTERAMERICANA.
- Sampieri, R. H., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la Investigación*. México, D.F., México: McGRAW-HILL.
- Shum, Y. M. (20 de 03 de 2020). *Yi Min Shum*. Obtenido de Yi Min Shum: <https://yiminshum.com/social-media-guatemala-2020/>

- SOY502. (04 de 02 de 2020). *SOY502*. Obtenido de SOY502:
<https://www.soy502.com/articulo/redes-sociales-mas-usuarios-2020-101025>
- Soy USAC. (2020, 21 julio). *LABOCLIP recibe insumos y equipo para iniciar pruebas de COVID-19* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=9vuxTJcZLaQ>
- Stanton, W., Etzel, M., & Walker, B. (2007). *Fundamentos de marketing*. México: McGrawHill.
- USAC. (2006). *Leyes y Reglamentos de la Universidad de San Carlos de Guatemala*. Guatemala.
- USAC, J. B. (05 de julio de 2012). *Jardín Botánico*. Obtenido de usac.edu.gt:
http://c3.usac.edu.gt/jardinbotanico.usac.edu.gt/public_html/?p=35
- USAC, S. (10 de 02 de 2020). *Soy USAC*. Obtenido de <https://soy.usac.edu.gt/?p=10733>

E-grafías

- Gómez, M. (2012). *Diagnóstico y propuesta de divulgación de información de la oficina de comunicación departamental de Izabal* (tesis de pregrado). Universidad de San Carlos de Guatemala, Ciudad de Guatemala. Recuperado de http://www.repositorio.usac.edu.gt/2355/1/16_0969.pdf
- Multiplicalia Online S.L. (19 de febrero de 2020). *Redes Sociales más usadas en 2020*. Recuperado de <https://www.multiplicalia.com/redes-sociales-mas-usadas-en-2020/>
- Universidad de San Carlos, Centro de Estudios Conservacionistas. (23 de enero de 2019). *Breve historia CECON-USAC*. Ciudad de Guatemala Recuperado de <https://www.facebook.com/photo?fbid=1179722828850995&set=ms.c.eJwzNDS3NDcysjCysDA1sLQ01TOECJhbQgQsYAIWhkaGFibGxgYAB1wKRw~~~.bps.a.1179722735517671>
- Universidad de San Carlos de Guatemala, Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia. (2018). *Historia*. Ciudad de Guatemala Recuperado de http://c3.usac.edu.gt/facfarmacia.usac.edu.gt/public_html/?page_id=250

Universidad de San Carlos, Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia. (2018). *Misión*. Ciudad de Guatemala Recuperado de http://c3.usac.edu.gt/facfarmacia.usac.edu.gt/public_html/?page_id=112

Universidad de San Carlos de Guatemala, Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia. (2018). *Objetivos*. Ciudad de Guatemala Recuperado de http://c3.usac.edu.gt/facfarmacia.usac.edu.gt/public_html/?page_id=105

Universidad de San Carlos de Guatemala, Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia. (2018). *Visión*. Ciudad de Guatemala Recuperado de http://c3.usac.edu.gt/facfarmacia.usac.edu.gt/public_html/?page_id=114

V. ANEXOS

Modelo de ficha de observación, utilizada para desarrollar la técnica de “Observación”.

Área observada	Tiempo de observación	Punto de observación

Fuente: Elaboración propia.

Modelo de ficha de cita textual, utilizada para desarrollar la técnica de “Documental”.

Tema: Autor: Fecha:

Fuente: Elaboración propia.

Modelo de guía de entrevista o cuestionario, utilizada para desarrollar la técnica de “Entrevista”.



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



ENTREVISTA A AUTORIDAD

Con la finalidad de fortalecer los procesos de comunicación externa de la Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia de la Universidad de San Carlos de Guatemala, se realiza un diagnóstico de comunicación. Por favor, responda de manera objetiva y sincera a las siguientes preguntas. Sus respuestas son valiosas y contribuirán a mejorar los procesos de comunicación; además, quedarán de manera confidencial y no serán utilizadas para ningún propósito distinto a la investigación.

Nombre de la persona entrevistada: _____

Cargo: _____

1. ¿Sabe si se ha realizado algún diagnóstico de comunicación externa de la Facultad? Si su respuesta es si, ¿hace cuanto se realizó?
2. ¿Cuáles son los canales externos de comunicación con los que cuenta la Facultad?
3. ¿Cómo está coordinada la comunicación externa y cuáles son las áreas encargadas del manejo de la misma?
4. ¿Cuenta la Facultad con normas que controlen el proceso de la comunicación y su manejo?
5. La Facultad, como unidad académica, ¿cuenta con alguna estrategia de comunicación externa ante las situaciones derivadas por la pandemia del COVID-19?
6. ¿Cuál considera que es la imagen o percepción de los usuarios sobre los canales digitales de la Facultad?
7. ¿Considera que la comunicación es importante para la gestión de la Facultad?
8. ¿Considera que existe algún factor que impida desarrollar una comunicación externa efectiva? Si su respuesta es si, ¿Cuáles considera que son?
9. ¿Considera necesaria una oficina de comunicación dentro de la Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia? Si su respuesta es si, ¿cuales considera que serían sus beneficios?
10. ¿Ante la crisis por la pandemia del COVID-19 se han visto afectadas las integraciones y/o alianzas estratégicas de la Facultad con otras dependencias en general?

Fuente: Elaboración propia.

Modelo de encuesta en Formularios Google, utilizada para desarrollar la técnica de “Encuesta”.

"Análisis de la comunicación externa a través de los canales" ☆ Se han guardado todos los cambios en Drive 🗨️ 👁️ ⚙️ Enviar ⋮

Preguntas Respuestas

"Análisis de la comunicación externa a través de

La siguiente encuesta se realiza con el fin de fortalecer los procesos de comunicación externa de la Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia de la Universidad de San Carlos de Guatemala. Sus respuestas son valiosas y contribuirán a mejorar los procesos de comunicación; además, quedarán de manera confidencial y no serán utilizadas para ningún propósito distinto a la investigación.

Instrucciones: Seleccione la respuesta que considere pertinente.

Seleccione su perfil: *

- Estudiante de la Facultad de CCQQ. y Farmacia
- Docente de la Facultad de CCQQ. y Farmacia
- Personal administrativo de la Facultad de CCQQ. y Farmacia
- Profesional egresado
- Público en general

"Análisis de la comunicación externa a través de los canales" ☆ Se han guardado todos los cambios en Drive 🗨️ 👁️ ⚙️ Enviar ⋮

Preguntas Respuestas

Seleccione los canales digitales de comunicación externa de la Facultad que conozca: *

- Página web
- Facebook
- Twitter
- Otra...

Seleccione los canales digitales de comunicación externa de la Facultad que sigue: *

- Página web
- Facebook
- Twitter
- Otra...

Preguntas Respuestas

Quando necesita información de cursos, horarios, trámites, actividades e información en general de la Facultad, ¿a qué canal recurre? *

- Página web
- Facebook
- Twitter
- Otra...

-
-
-
-
-

¿Los canales digitales le brindan datos, estadísticas, medidas, avances e información en general en relación a la crisis actual provocada por el COVID-19? *

- SI
- NO

Preguntas Respuestas

¿Qué tipo de información le gustaría que se compartiera en los canales digitales de la Facultad, en relación a la crisis actual provocada por el COVID-19? *

- Noticias
- Estadísticas
- Infografías
- Resúmenes
- Métodos de prevención
- Otra...

-
-
-
-
-

¿Cómo considera el manejo de la comunicación externa de la Facultad, a través de sus canales digitales? *

- Excelente
- Bueno
- Cumple su función

"Análisis de la comunicación externa a través de los canales"   Se han guardado todos los cambios en Drive    Enviar 

Preguntas Respuestas

- Estadísticas
- Infografías
- Resúmenes
- Métodos de prevención
- Otra...

¿Cómo considera el manejo de la comunicación externa de la Facultad, a través de sus canales digitales? *

- Excelente
- Bueno
- Cumple su función
- Debería de mejorar

Fuente: Elaboración propia.

Listado de áreas protegidas que administra el Centro de Estudios Conservacionistas -CECON-:

Biotopos:

No.	Nombre del Area	Extensión en Hectareas	Administrador
1	Biotopo Laguna del Tigre	45,168	CECON-USAC
2	Dos Lagunas	30,719	CECON-USAC
3	San Miguel La Palotada	34,934	CECON-USAC
4	Biotopo Mario Dary	1,022	CECON-USAC
5	Chocón Machacas	6,265	CECON-USAC
6	Cerro Cahuí	555	CECON-USAC

Total de Áreas = 6

Áreas de usos múltiples:

No.	Nombre del Área	Extensión en Hectáreas	Administrador
7	Monterrico	2,800	CECON-USAC

Total de Áreas = 1

Fuente: <https://www.monografias.com/trabajos95/areas-protégidas-guatemala/areas-protégidas-guatemala.shtml>

Cotizaciones

linkestudiografico.com/preciodiseno

Aplicaciones Soy USAC en Twit... Congreso ratifica... SIGES/SIAF/SICOIN Campus - Politécn... Diez claves para t... Guía+para+Estudi... https://www.tagus... Página web norma...

+
Hoja Membretada para cotizaciones

LO QUIERO

 **DISEÑO DE PROMO PARA REDES SOCIALES Q995**
Flyers digitales para vender más por Redes Sociales

Ideal para promocionar un producto o servicio durante un mes (1 por semana)

Concepto de comunicación visual
+
Diseño de portada con promoción
+
4 Artes para Redes Sociales (Facebook, Instagram, Twitter o LinkedIn).

LO QUIERO

Oferta de interés

 **PROMOCIÓN PARA PUNTO DE VENTA Q995**
Informe a sus clientes de su promoción y hágase ver

Diseño y diagramación de brochure de 4 o 6 caras
+
Diseño de Banner o Afiche
+
Diseño de manta vinílica o Volante

Fuente: <https://www.linkestudiografico.com/preciodiseno>

linkestudiografico.com/preciodiseno

Aplicaciones Soy USAC en Twit... Congreso ratifica... SIGES/SIAF/SICOIN Campus - Politécn... Diez claves para t... Guía+para+Estudi... https://www.tagus... Página web norma...

+
Diseño de Banner o Afiche
+
Diseño de manta vinílica o Volante

LO QUIERO

 **CATÁLOGO DE SERVICIOS O PRODUCTOS Q1950**
Muestre lo que vende con calidad

Diseño de catálogo interactivo con menú de botones de navegación de 10 páginas. Ideal para enviar por correo o para imprimir:

Carátula con menú
10 Páginas de productos o servicios
Página de contacto con links a sitio web o correo electrónico

LO QUIERO

Oferta de interés

 **DIAGRAMACIÓN DE DOCUMENTOS Q85**
Impresione con su trabajo bien presentado

Ideal para asesores o instituciones

Diseño de portada
+
Diseño de contraportada
+
Diseño de hojas preliminares (Introducción, Índice, Antecedentes).

Fuente: <https://www.linkestudiografico.com/preciodiseno>

Artes finales

Propuesta No. 1: Rediseño de la identidad visual de los canales digitales de la Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

Rediseño de la imagen de la página web: <https://portal.ccqqfar.usac.edu.gt/>

Diseño de la cabecera del portal web oficial.



Flyer para la socialización del portal web oficial de la Facultad.



Rediseño de la imagen de *Facebook*: <https://www.facebook.com/ccqqfar>

Diseño para el perfil de la Fan Page de la Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia USAC.



Diseños para la portada para la Fan Page de la Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia USAC.





Rediseño de la imagen de *Twitter*: <https://twitter.com/ccqcfar>



Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia - USAC

@ccqcfar

Conexión a la página de la facultad de Ciencias Químicas y Farmacia

📍 Guatemala ccqcfar.usac.edu.gt

📅 Se unió en diciembre de 2012

16 Siguiendo 868 Seguidores

Diseño de la imagen para el perfil de la cuenta de *Twitter* de la Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia USAC.



Diseños para la portada de la cuenta de *Twitter* de la Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia USAC.

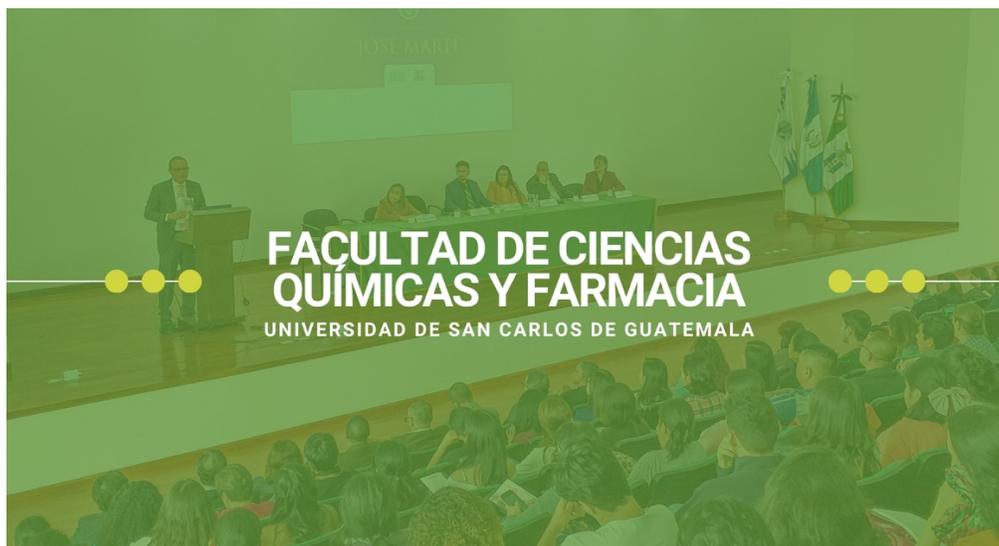


Rediseño de la imagen del canal de *YouTube*: <https://twitter.com/ccqqfar>

Diseños para el perfil del canal de *YouTube*.



Diseños para la portada del canal de *YouTube*





Portada del Manual de Imagen Institucional para la Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia.



Adicional se realizaron mejoras en el Escudo de la Facultad, como por ejemplo: colocar el nombre completo y respetar la proporción del Escudo de la Universidad, así también, se creó la versión .png, .jpg en fondo blanco y .jpg en fondo negro para diseños futuros.

Mejoras en el Escudo de la Facultad

Se detallan las mejoras realizadas.

Proporción del Escudo de la Universidad

Se colocó el escudo de la universidad respetando la circunferencia del mismo.



Nombre completo de la Universidad

Se colocó el nombre completo de la Universidad, ya que anteriormente solo se detallaba: "Universidad – San Carlos - Guatemala".

Se creó la versión PNG y JPG

El formato PNG permite almacenar imágenes con una mayor profundidad de contraste y el formato JPG puede ser comprimido hasta 100 veces sin perder calidad.

Mejoras en el Escudo

Se detallan las mejoras realizadas.

Antes



Ahora



Escudo mejorado en los distintos formatos:



.png



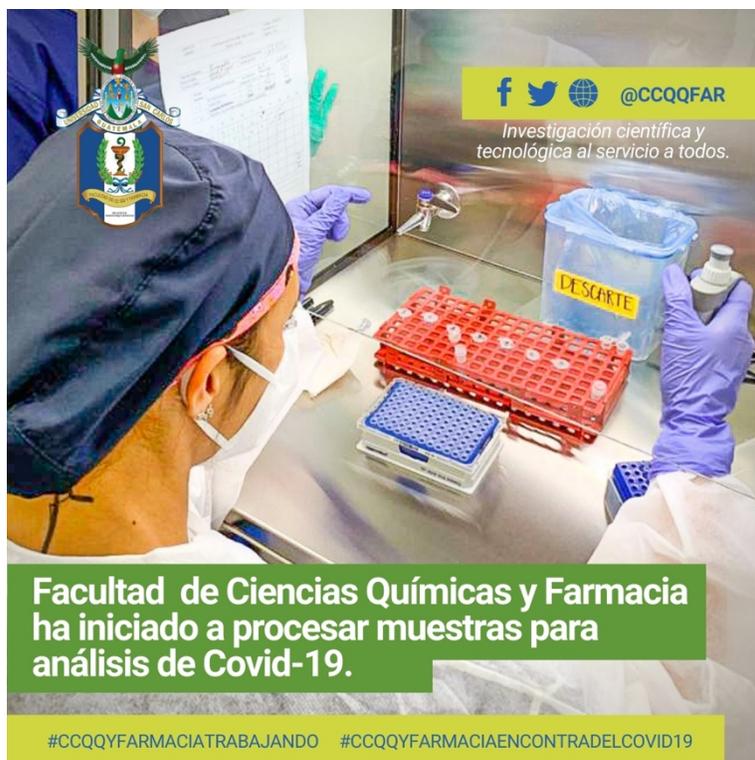
.jpg en fondo blanco



.jpg en fondo negro

Propuesta No. 2: Socializar estratégicamente el aporte que realiza la Facultad a la situación actual provocada por COVID-19, a través de una campaña creativa para *Facebook* y *Twitter*.

Posteo día 1.



Posteo día 2.



Posteo día 3.



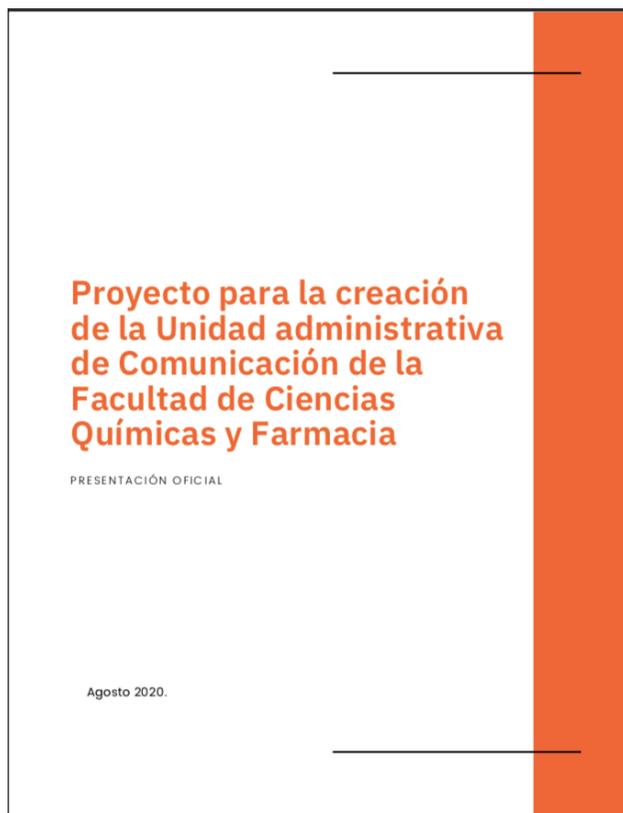
Posteo día 4.



Posteo día 5



Propuesta No. 3: Proyecto para la creación de la Unidad de Comunicación de la Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia.



Índice	
1. ANTECEDENTES.....	03
2. INTRODUCCIÓN.....	03
3. OBJETIVOS.....	04
3.1. OBJETIVO GENERAL.....	04
3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	04
4. DESCRIPCIÓN DE LA UNIDAD DE COMUNICACIÓN.....	04
4.1. DESCRIPCIÓN DEL PUESTO.....	04
4.1.1. PROPÓSITO GENERAL DEL PUESTO.....	04
4.1.2. RESPONSABILIDADES DEL PUESTO.....	05
4.1.3. RELACIONES DEL PUESTO CON OTRAS ÁREAS.....	06
4.1.3.1. DENTRO DE LA FACULTAD.....	06
4.1.3.2. DENTRO DE LA UNIVERSIDAD.....	06
4.1.3.3. FUERA DE LA UNIVERSIDAD.....	06
4.1.4. PERFIL DEL PROFESIONAL.....	07
4.1.4.1. HABILIDADES Y ACTITUDES.....	07
4.1.4.2. ÁREAS DE CONOCIMIENTO.....	07
4.1.4.3. EXPERIENCIA LABORAL.....	07
4.1.4.4. REQUISITOS GENERALES.....	07
4.2. GESTIÓN ADMINISTRATIVA.....	08
4.3. CARACTERÍSTICAS GENERALES DEL PUESTO.....	08
4.3.1. HORARIO DE ATENCIÓN.....	08
4.3.2. ESPACIO FÍSICO.....	08
4.3.3. MOBILIARIO Y EQUIPO.....	08

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
FACULTAD DE CIENCIAS QUÍMICAS Y FARMACIA

PROYECTO PARA LA CREACIÓN DE LA UNIDAD ADMINISTRATIVA DE
COMUNICACIÓN DE LA FACULTAD DE CIENCIAS QUÍMICAS Y FARMACIA.

1. ANTECEDENTES

Durante los meses de abril, mayo, junio y julio del año 2020, se ha desarrollado una investigación científica de Comunicación en la Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia en forma virtual, realizando un estudio completo en relación a esta disciplina. Como resultado de la evaluación se ha considerado la necesidad de implementar una oficina administrativa de comunicación para la Facultad, que permita resolver los problemas de comunicación interna, externa y de crisis exclusivamente para esta Unidad Académica.

2. INTRODUCCIÓN

La comunicación es esencial en cualquier tipo de actividad organizada, siendo uno de los factores imprescindibles para que cualquier área o departamento sea funcional y se desarrolle adecuadamente. Las instituciones, a medida que amplían los públicos a los cuales se dirige, han comprendido que la comunicación constituye uno de los elementos más importantes para su propio desarrollo y fortalecimiento institucional.

La Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia dentro del contexto actual de la pandemia provocada por el nuevo Coronavirus SARS-CoV-2 ha desarrollado una serie de propuestas encaminadas a la mejora continua de la institución y de la Universidad, sin embargo, es necesario que la misma cuente con el apoyo estratégico para la divulgación de las acciones, personas que coordinen las diferentes actividades o enlaces con otras instituciones que beneficien a la Facultad. Así también, se encargue de organizar acciones a nivel interno.

Por ello se plantea la propuesta para la creación de la unidad administrativa de comunicación de la Facultad, en la cual se detalla una serie de características y fines idóneos con los que debe contar la Unidad, así como el perfil adecuado del profesional a cargo para que se puedan cumplir efectivamente con las funciones.

Página 3

3. OBJETIVOS

3.1. OBJETIVO GENERAL

Contribuir a los procesos de comunicación de la Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia, en busca del fortalecimiento institucional.

3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Coordinar la comunicación interna y externa de la institución.
- Darle acompañamiento a los procesos académicos, de investigación y extensión para que sean difundidos de manera oportuna.

4. DESCRIPCIÓN DE LA UNIDAD DE COMUNICACIÓN DE LA FACULTAD

4.1. DESCRIPCIÓN DEL PUESTO

4.1.1. Propósito general del puesto

La unidad administrativa de comunicación de la Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia tendrá como propósito de estructurar la coordinación de la comunicación interna y externa en la Unidad Académica. Establecer las estrategias de comunicación para desarrollar campañas institucionales. Crear un enlace con las áreas de comunicación de otras unidades académicas de la USAC, como otras universidades, incluso medios de comunicación masivos. Promover la coresponsabilidad de la función social que tienen las instituciones de responder a los principios de democracia, verdad, honestidad y libertad.

Propósitos en relación a:

a. Propósitos relacionados con la Institución

- Socialización de los aportes que realiza la Facultad en beneficio de la población guatemalteca.

Página 4

- Coordinación comunicacional entre las distintas unidades académicas y programas de la Universidad.

b. Propósitos relacionados con el profesor

- Aporte académico con la socialización de actividades de investigación y extensión realizadas por el sector docente.

c. Propósitos relacionados con el estudiante

- Contribuir a la socialización de procesos académicos que orientan al estudiante en el desarrollo de los mismos.

4.1.2. Principales responsabilidades del puesto

- Generar información oportuna sobre los programas, acciones educativas y de investigación, el quehacer de la Facultad para difundirlo hacia la comunidad estudiantil universitaria y la población en general, a través de los medios informativos al alcance. Así como evaluar sistemáticamente la comunicación interna para que se puedan crear acciones que lleven a una ejecución de labores de forma efectiva, por el bienestar de todas y todos los colaboradores.
- Establecer canales adecuados de comunicación e información al interior de la universidad, de tal forma que permanentemente circule información institucional.

Otras responsabilidades:

- Auxiliar al Decano de la Facultad y conducción de los asuntos que le sean encomendados.
- Contribuir a la formulación y ejecución de programas y proyectos de la Facultad.

Página 5

- Planear, programar, organizar, dirigir, controlar y evaluar la factibilidad de las funciones encomendadas de acuerdo al área o su cargo.
- Monitorear los asuntos de su competencia se dé cumplimiento a las disposiciones administrativas que resulten aplicables.
- Proponer el anteproyecto de presupuesto de sus utilidades, para integrarlo al presupuesto general de la administración y cubrir las necesidades en el área.
- Proponer medidas de modernización y simplificación administrativa susceptibles de ser establecidas en el área de comunicación.
- Dictar medidas para el mejor funcionamiento de las unidades administrativas a su cargo.

4.1.3. Relaciones del puesto con otras áreas

4.1.3.1. Dentro de la Facultad

- Autoridades académicas superiores
- Unidad de Gestión de la Información
- Área de Diseño Gráfico
- Coordinación Académica
- Control Académico

4.1.3.2. Dentro de la Universidad

División de Publicidad e Información de la Universidad, TV USAC, Radio Universidad 92.5 y otras que se considere pertinente para el desarrollo de las actividades.

4.1.3.3. Fuera de la Universidad

Todas aquellas que puedan proporcionar apoyo y/o cooperación para el desarrollo de actividades que favorezca el fomento y respeto de valores en relación con: comunicación social y relaciones públicas.

Página 6

4.1.4. Perfil del profesional

4.1.4.1. Habilidades y Actitudes

- Estratega de proyectos comunicacionales para el desarrollo y cambio social en organizaciones comunitarias, públicas y privadas.
- Investigador en comunicación de temáticas nacionales, regionales e internacionales.
- Gestor de procesos culturales desde la comunicación.
- Productor de medios de comunicación.
- Diseñador de contenidos para medios audiovisuales.

4.1.4.2. Área de conocimiento

- Persona responsable, y orientada a la búsqueda de la verdad y el bien común del entorno social, con formación humanística y los conocimientos básicos de las ciencias sociales, que le permitan desarrollar proyectos acorde con la realidad y sustentado en el conocimiento y respeto de las dimensiones propias del ser humano.
- Licenciado en Ciencias de la Comunicación
- Manejo de equipo audiovisual, y elaboración de productos comunicacionales.

4.1.4.3. Experiencia Laboral deseable

- Dos años de experiencia en la ejecución de tareas relacionadas con la comunicación social, desarrollo de campañas publicitarias y relaciones públicas.
- Un año de experiencia en el contexto universitario.

4.1.4.4. Requisitos Generales del Puesto

Por las naturaleza del puesto se recomienda que sea una persona de género indistinto, comprendida entre la edad entre 28 y 35 años por la madurez y el criterio que debe demostrar en el desarrollo de su trabajo.

Página 7

4.2. Gestión Administrativa

1 Plaza administrativa de profesional de las Ciencias de la Comunicación, con 8+D de contratación.

4.3. Características generales del puesto

4.3.1. Horario de Atención

Se recomienda que el horario del puesto sea de lunes a viernes de 09:00 a 17:00 horas, para cubrir la jornada administrativa de manera efectiva.

4.3.2. Espacio Físico

Una oficina de independiente de 10 metros cuadrados, con acceso a teléfono e internet. Debido a que se contará con equipo profesional se debe considerar un lugar privado y seguro.

4.3.3. Mobiliario y Equipo

- a. Escritorio
- b. Silla ejecutiva
- c. Computadora de escritorio
- d. Impresora a colores
- e. Cámara profesional con trípode
- f. Juego de luces profesionales
- g. Croma

Página 8

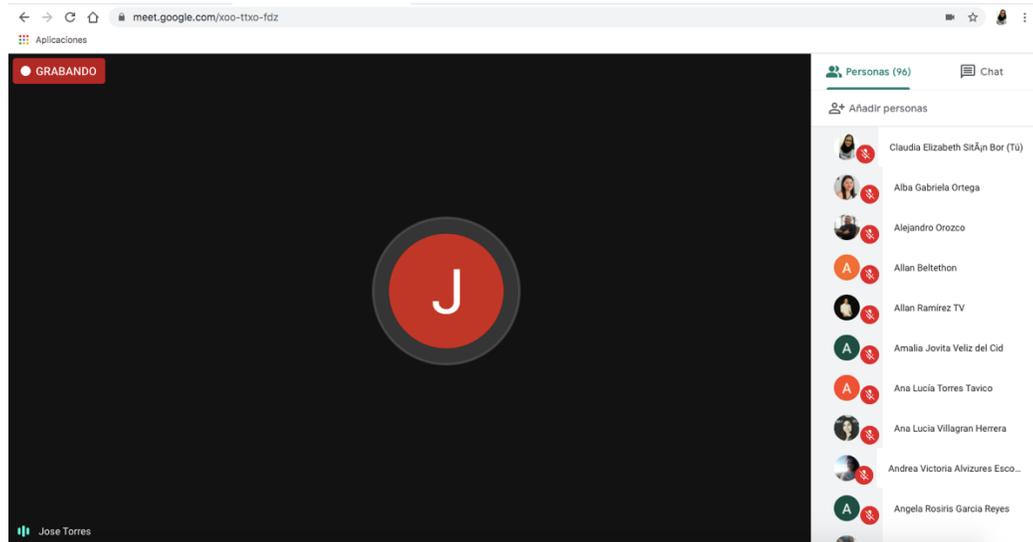
Elaborado por:

CLAUDIA ELIZABETH SITÁN B.
EPESISTA

AGOSTO 2020.

Asistencia a las conferencias impartidas para fortalecer las 3 etapas del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura -EPS-:

Conferencia del 25 de abril de 2020, impartida por el Dr. José María Torres, Coordinador del EPSL.



Reunión del 25 de abril de 2020, impartida por la Lcda. Sandra de Corzo.



Conferencia del 06 de mayo de 2020, impartida por la Lcda. Brenda Chacón.

⚠️ Tiempo restante de la reunión: 07:57



CULTURA ORGANIZACIONAL

Cultura organizacional

- Es un recurso estratégico cuyo valor reside en asegurar, la continuidad y éxito de las empresas e instituciones.

Conferencia del 08 de mayo de 2020, impartida por el Lcdo. Jonathan Mejía.

meet.google.com/ovt-vfym-eyc

Aplicaciones

GRABANDO Jonathan Mejía está presentando

Ana Lucía Torre... y 87 más

¿Cómo comunicar en tiempos de crisis?

Anticiparse. Si no sueles comunicar con tus públicos de manera habitual, cuando llega el momento, suele ser más complicado hacer que tus mensajes lleguen.

Detalles de la reunión

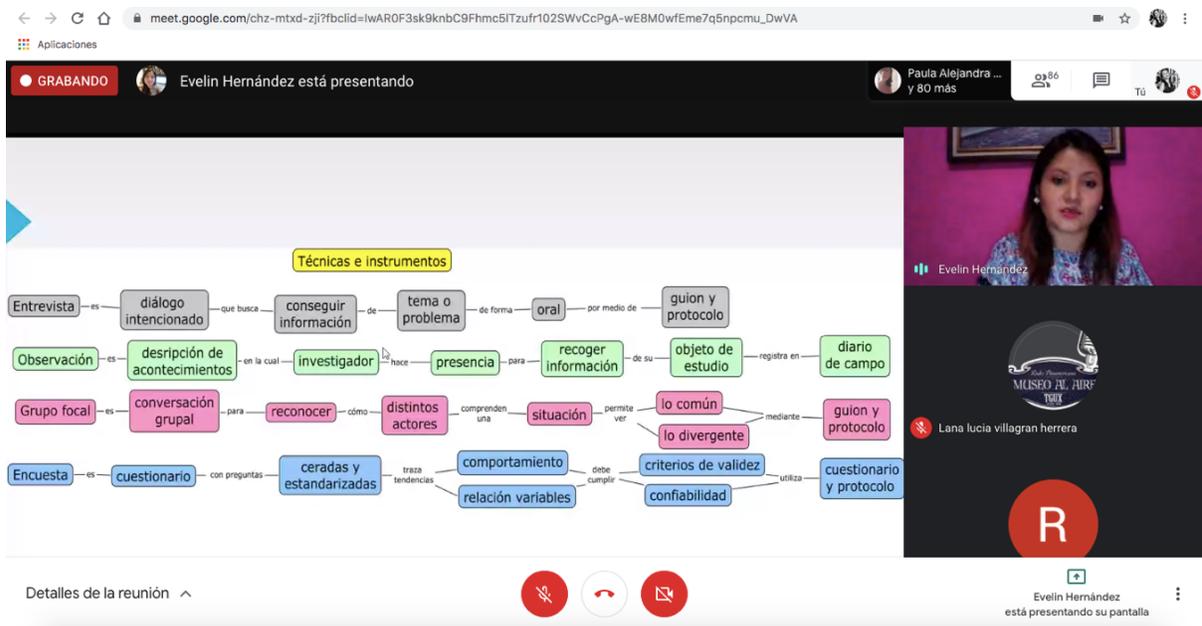
Jonathan Mejía está presentando su pantalla



Reunión del 20 de mayo de 2020, impartida por Dr. José María Torres, Coordinador del EPSL.



Conferencia del 22 de mayo de 2020, impartida por la M.A. Evelin Hernández.



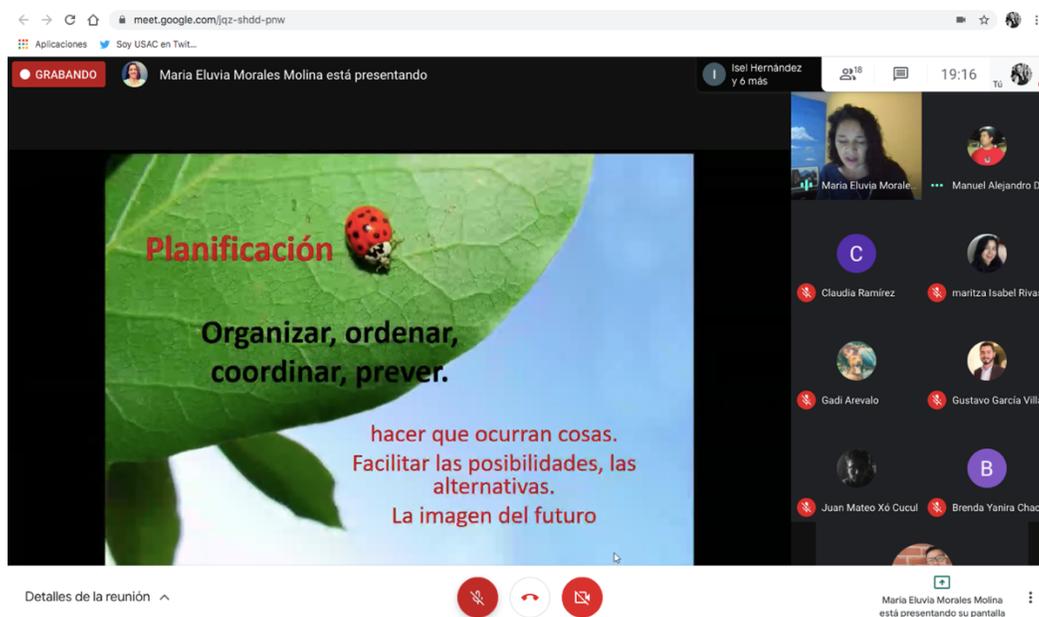
Conferencia del 26 de mayo de 2020, impartida por el Lcdo. Mynor Martínez.

The screenshot shows a Google Meet interface. At the top, it says "GRABANDO" and "Mynor René Martínez está presentando". The main content area features a presentation slide with the following text: "LIC. MYNOR R. MARTÍNEZ", "Comunicador Social", "Periodista Profesional", "Perito en Mercadotecnia y Publicidad", "Productor Audiovisual y Multimedia", "Diseñador Instruccional Virtual". Below this, it says "HERRAMIENTAS DIGITALES para la Nueva Comunicación" and "emaze". A chat bubble from "Dimas Antonio Hernández Ortiz" says "Creo que es por que debe ser con el correo institucional". On the right, a list of 50 participants is visible, including Claudia Sitán (Tú), Alba Gabriela Ortega, Allan Ramírez GT, Astrid Paola Guirola Iralda, Brenda Argentina Rodríguez O..., Bryan Torres, Camila Isabela García Méndez, Catherine Stephanie Villatoro..., Charlie Santamarina, Claudia Ramírez, and DGYP Y P.

Reunión informativa de la segunda fase del EPS, del 05 de junio de 2020, impartida por el Dr. José María Torres, Coordinador del EPSL.

The screenshot shows a Google Meet interface. At the top, it says "Detalles de la reunión" and "Personas (107)". The main content area is mostly black, with a small circular video feed of a woman in the center. At the bottom, there are icons for mute, video off, and chat, along with a "Presentar ahora" button. On the right, a list of 107 participants is visible, including Claudia Sitán (Tú), Alba Gabriela Ortega, Alejandra Bravo, Alejandra Cruz, Alejandro DV, Allan Ramírez GT, Amalia Jovita Veliz del Cid, Ana Hernandez, Ana Lucia Rodríguez, Ana Lucia Torres Tavico, Andrea Victoria Alvizures Esco..., and Angela García.

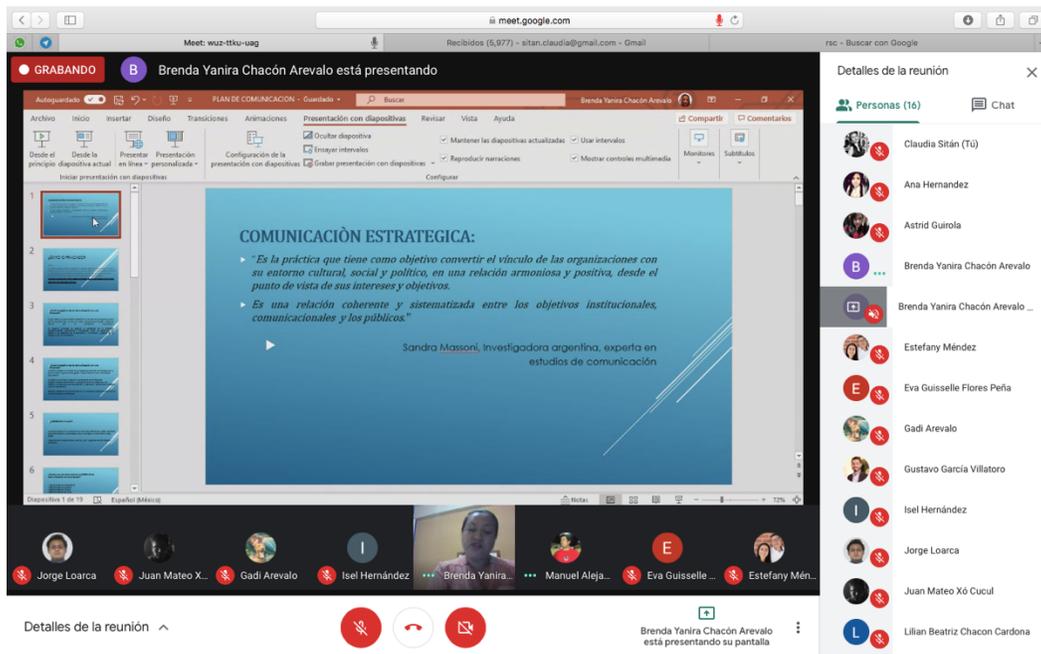
Conferencia del 11 de junio de 2020, impartida por la Máster Eluvia Morales.



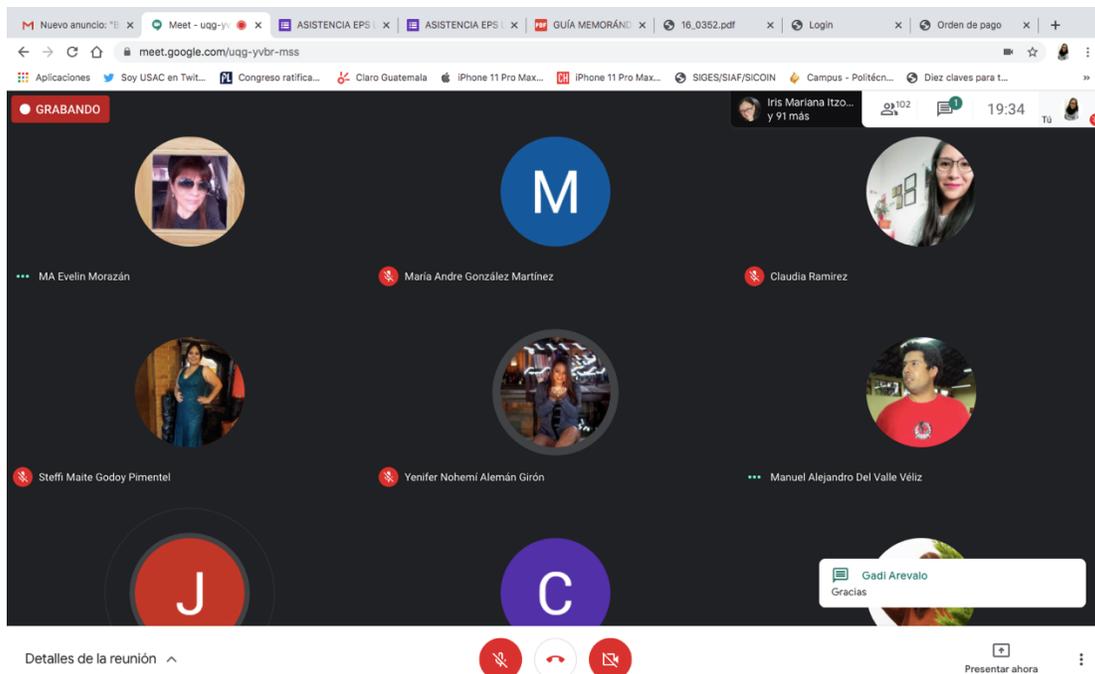
Conferencia del 13 de junio de 2020, impartida por el Lcdo. Jacobo Pérez.



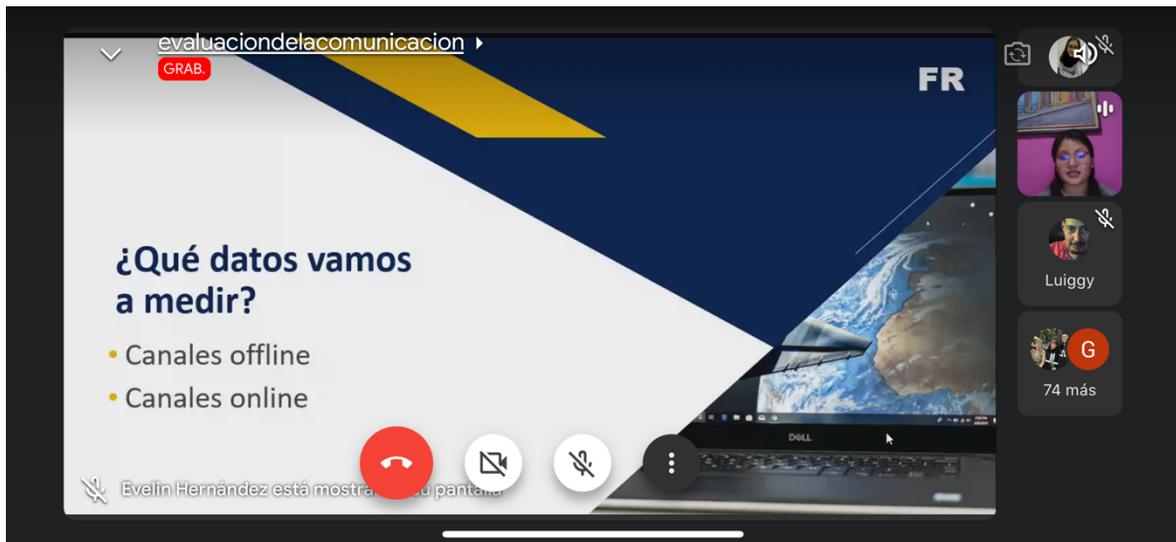
Conferencia del 06 de julio, organizada por la Lcda. Brenda Chacón.



Conferencia informativa del 13 de julio de 2020, organizada por el Dr. José María Torres, Coordinador del EPSL.



Conferencia del 26 de agosto de 2020, impartida por la M.A. Evelin Hernández.



Fotografías

Edificio T-12, Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia



Fuente:

https://www.google.com/imgres?imgurl=https%3A%2F%2Felsancarlistau.files.wordpress.com%2F2018%2F08%2Fimg_3479.jpg&imgrefurl=https%3A%2F%2Felsancarlistau.com%2F2018%2F08%2F23%2Foportuni-dades-de-empleo-en-la-facultad-de-ciencias-quimicas-y-farmacia-de-la-usac%2F&tbnid=si9Z8r3pAQ1WOM&vet=12ahUKEwiXzoWB0NrpAhWBVzABHZtKBL0QMygIegUIARD9AQ..i&docid=LhdyJXUAHn42TM&w=6000&h=4000&q=foto%20de%20la%20Facultad%20de%20farmacia%20usac%20t12&client=safari&ved=2ahUKEwiXzoWB0NrpAhWBVzABHZtKBL0QMygIegUIARD9AQ

“LABOCLIP recibe insumos y equipo para iniciar pruebas de COVID-19”.



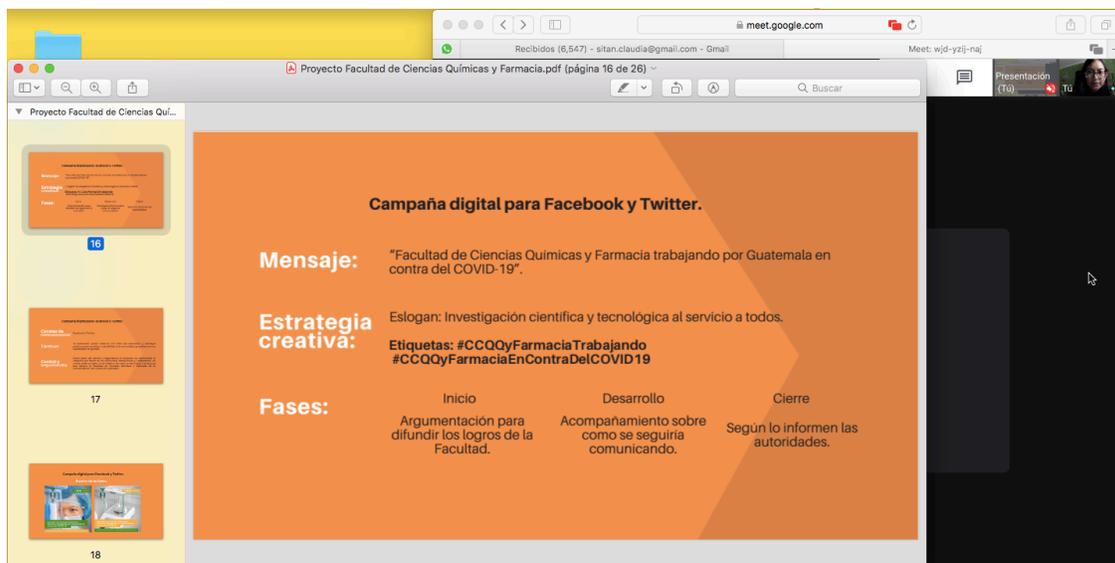
Fuente: <https://www.youtube.com/watch?v=9vuxTJcZLaQ>

“USAC inaugura segundo laboratorio para analizar pruebas de la enfermedad COVID-19”.



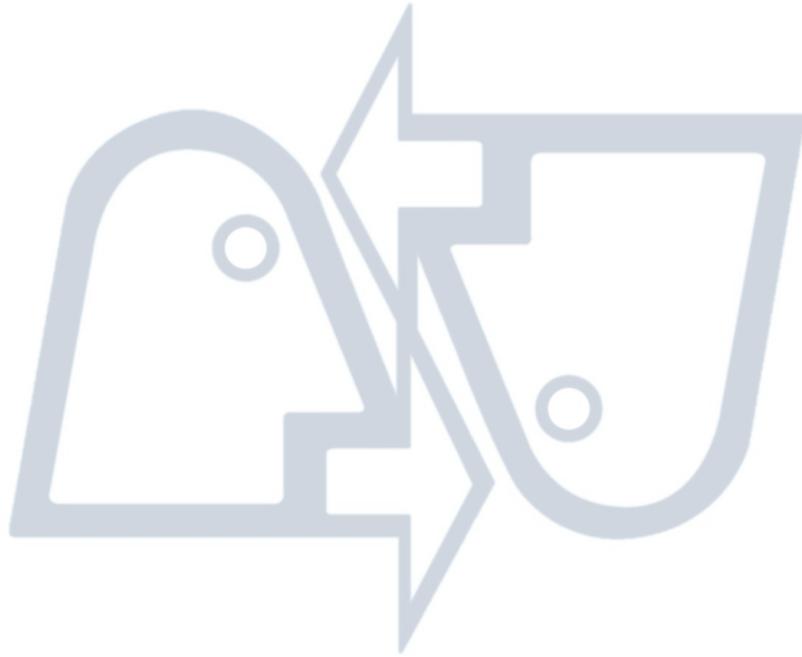
Fuente: <http://soy.usac.edu.gt/?p=12228>

Presentación oficial del proyecto integral de comunicación para la Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia, realizada en fecha 31 de agosto de 2020.



Edificio T-12 de la Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia, capturada en fecha 03 de septiembre de 2020.





Comunicación

creando futuro