

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO

The seal of the University of San Carlos of Guatemala is a large, circular emblem in the background. It features a central shield with a figure on horseback, surrounded by various heraldic symbols like castles, lions, and a crown. The Latin motto "LETTERAS ORBIS CONSPICUA CAROLINA ACADEMIA COACTEMALENSIS INTER" is inscribed around the perimeter of the seal.

**DIAGNÓSTICO Y PLAN DE COMUNICACIÓN EXTERNA DEL CENTRO  
DE APRENDIZAJE DE LENGUAS –CALUSAC–**

ISRAEL MÉNDEZ

LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

GUATEMALA, OCTUBRE 2021



Universidad de San Carlos de Guatemala

Escuela de Ciencias de la Comunicación

Ejercicio Profesional Supervisado

**“DIAGNÓSTICO Y PLAN DE COMUNICACIÓN EXTERNA DEL  
CENTRO DE APRENDIZAJE DE LENGUAS –CALUSAC”**

Presentado por:

Israel Méndez

Previo a optar por el título de:

Licenciado en Ciencias de la Comunicación

Asesor:

Licenciada Brenda Yanira Chacón Arévalo

Guatemala, octubre 2021



**Universidad de San Carlos de Guatemala**

**Escuela de Ciencias de la Comunicación**

**Director**

Lic. César Augusto Paiz Fernández

**Consejo Directivo**

**Representantes Docentes**

M.A. Silvia Regina Miranda López

**Representantes Estudiantiles**

José Guillermo Herrera López

Gerardo Iván Porres Bonilla

**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

**Supervisoras**

M.A. Evelin Morazán Gaitán

M.A. Evelin Hernández

Lcda. Krista María Ramírez

Lcda. Brenda Yanira Chacón Arévalo

**Supervisores**

M.A. Marvin Sarmientos Yuman

Lic. Luis Fernando Lucero

Lic. Mynor René Martínez

Lic. Julio Sebastián Chilín



Guatemala, octubre 15 de 2021

Estudiante de EPS de Licenciatura  
Israel Méndez  
Carné 201612465  
Presente.


Para su conocimiento y efectos se hace constar que:


Después de evaluar su trabajo académico impreso y de manera virtual, titulado: **“Diagnóstico y plan de comunicación externa del Centro de Aprendizaje de Lenguas –CALUSAC–”** y luego de haber sustentado el examen privado y defensa de su proyecto de EPS, de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, se aprueba por unanimidad por parte del tribunal examinador.


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


Sin más que hacer constar:

“ID Y ENSEÑAD A TODOS”

  
\_\_\_\_\_  
Lcda. Brenda Yanita Chacón Arévalo  
Supervisor

  
\_\_\_\_\_  
M.A. Evelin Morazán  
Supervisora

  
\_\_\_\_\_  
Dr. José María Torres Carrera  
Coordinador

  
de Ciencias de la Comunicación  
Coordinación EPS  
Licenciatura  
E.C.C.



Guatemala 4 de marzo de 2021  
EPSL-C0105

Licenciado:  
José Rolando Samayoa Lara  
Director  
**CALUSAC**  
Presente.

Distinguido Licenciado Samayoa:

Por medio de la presente se solicita aceptar como practicante del programa de graduación del EPS de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, al estudiante **Israel Méndez**, carné no. **201612465** quién manifestó su deseo de hacer Práctica Supervisada en su institución, para el efecto se requiere lo siguiente:

- Extenderle, por favor una carta de aceptación y trabajar por medios electrónicos, plataformas virtuales, presencial, semipresencial, híbrida, o como su institución lo determine.
- Facilitarle los materiales para hacer su práctica.
- Aceptar dentro del Plan y Estrategia de Comunicación del 2021 de su institución, que la estudiante tenga la oportunidad de hacer un diagnóstico con medios electrónicos o plataformas virtuales, elaborar un plan y ejecutar una estrategia, que contribuya al mejoramiento del proceso de comunicación interna o externa de su institución.
- Autorizar que se supervise el Ejercicio Profesional –EPSL cuando las condiciones sanitarias lo permitan por la emergencia Sanitaria actual por el COVID-19.
- Que se autorice el informe final de resultados de dicha investigación.

Atentamente,

“Id y Enseñad a Todos”  
  
Escuela de Ciencias de la Comunicación  
Coordinación EPS  
LICENCIATURA  
CALUSAC  
Dr. José María Torres Carrero  
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](http://www.comunicacion.usac.edu.gt)

(502) 2418-8920







**USAC**  
TRICENTENARIA  
Universidad de San Carlos de Guatemala

Escuela de Ciencias Lingüísticas  
Dirección

Ref. Dirección ECCLL 483/2021

Guatemala, 5 de julio de 2021

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

Estimado Doctor Torres:

Por medio de la presente me dirijo a usted, para hacer de su conocimiento que hemos autorizado al estudiante **Israel Méndez**, quién se identifica con carné 201612465 de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala la realización del Ejercicio Profesional Supervisado correspondiente a la carrera de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, en el Centro de Aprendizaje de Lenguas -CALUSAC-.

Sin otro particular, me suscribo de usted. Atentamente,


**"ID Y ENSEÑAD A TODOS"**

Lcda. Nadia Marissa M. Pérez Gutiérrez  
Coordinadora

Centro de Aprendizaje de Lenguas - CALUSAC -



Vo. Bo.



Lcda. Luz María Ramos Estrada  
Directora Escuela de Ciencias Lingüísticas



c.c. archivo  
LMRE/Nidia



Para efectos legales, únicamente el autor es responsable del contenido del presente trabajo.



## **Dedicatoria**

### **A Dios**

Por darme la vida, salud y fortaleza para culminar una meta más, y crecer personal y profesionalmente.

### **A mis padres**

Carmen Méndez Puac y Juan Ruperto Iquic Chacach, por su esfuerzo, apoyo, amor y comprensión en todos estos años y por motivarme a alcanzar este logro.

### **A mis hermanos**

Roberto, Sandra, José, Andrés y Mayra su apoyo en cada momento.

### **A mis hijos**

Sahily, David, Jassiel y Diego, espero ser inspiración para que sigan adelante y cumplan sus sueños.

### **A mis tías**

María Ciriaca y María Cristina por sus consejos en el recorrido de mi carrera universitaria.

### **A mi novia**

Ayme Orozco por su amor, paciencia y apoyo durante estos años de estudio.

### **A mis amigos**

Oscar Iquic, Rony Ríos, Emily Luis, Mynor Rodríguez, Alejandro Taque y Jonathan López que incondicionalmente me apoyaron en el transcurso de la carrera universitaria, por darme siempre empuje para no rendirme y culminar este ciclo.





## **Agradecimientos**

A la Universidad de San Carlos de Guatemala, por ser el ente rector de la educación superior en Guatemala.

A la Escuela de Ciencias de la Comunicación por darme la oportunidad de culminar con satisfacción esta carrera académica.

A los catedráticos, por compartir sus conocimientos en las aulas.

Al Dr. José María Torres, por el acompañamiento en este proceso.

A MSc. Evelin Morazán por su apoyo incondicional desde el inicio, gracias por su tiempo y orientación para concluir mi carrera profesional.

A los supervisores asignados, Licenciado Fernando Lucero y Licenciada Brenda Chacón por su atención y acompañamiento.

Al Centro de Aprendizaje de Lenguas –CALUSAC- por darme la oportunidad de realizar mi Ejercicio Profesional Supervisado y ser parte de una experiencia de vida.





## Índice

Índice de figuras .....	i
Índice de tablas .....	ii
Introducción.....	iii
Antecedentes.....	iv
Justificación .....	v
Capítulo 1 .....	1
Diagnóstico de comunicación.....	1
1. La institución .....	1
1.2 Perfil institucional .....	1
1.3 Ubicación geográfica.....	1
1.3.1 Centros regionales .....	1
1.4 Integración y alianzas estratégicas: .....	3
1.5 Origen e historia: .....	3
1.6 Departamentos o dependencias de la institución .....	4
1.7 Organigrama de la institución.....	7
1.8 Misión.....	7
1.9 Visión .....	8
1.10 Objetivos institucionales.....	8
1.11 Público objetivo.....	9
1.12 Diagnóstico.....	10
1.13 Objetivos del diagnóstico .....	10
1.13.1 Objetivo general .....	10
1.13.2 Objetivos específicos del diagnóstico .....	10



1.14 Tipos de investigación .....	10
1.14.1 Investigación descriptiva .....	10
1.14.2 Investigación documental .....	11
1.15 Enfoque.....	11
1.15.1 Enfoque cualitativo.....	11
1.15.2 Enfoque cuantitativo.....	12
1.15.3 Enfoque mixto .....	12
1.15.4 Enfoque de la investigación, mixto .....	13
1.16 Técnicas de recolección de datos.....	13
1.16.1 Observación .....	13
1.16.1.1 Tipos de observación .....	14
1.16.1.2 Lo observado en CALUSAC .....	15
1.16.2 Documentación.....	15
1.16.3 Entrevista de profundidad.....	16
1.16.4 Grupos focales .....	17
1.16.5 Encuestas .....	17
1.17 Interpretación de resultados.....	18
1.19 Problemas detectados .....	29
1.20 Planteamiento del problema comunicacional.....	29
1.21 Indicadores de éxito.....	30
1.22 Proyecto a desarrollar .....	30
Capítulo 2 .....	31
Plan de comunicación.....	31
2.1 Plan estratégico de comunicación .....	31



2.2 Misión.....	31
2.3 Visión .....	31
2.4 Elementos comunicacionales.....	31
2.4.1 Comunicación organizacional .....	32
2.4.1.1 Comunicación interna.....	32
2.4.1.2 Formal.....	33
2.4.1.3 Informal .....	33
2.4.1.4 Comunicación externa .....	33
2.4.2 Internet.....	33
2.4.2.1 Sitio web.....	34
2.4.3 Redes sociales.....	34
2.4.3.1 Facebook.....	34
2.4.3.2 Instagram .....	34
2.4.3.3 TikTok .....	35
2.5 Alcances y límites de la estrategia.....	35
2.5.1 Alcances .....	35
2.5.2 Límites .....	35
2.6 Metodología para la aplicación de la estrategia comunicacional .....	35
2.6.1 Objetivo general y específico .....	36
2.6.1.1 Objetivo general .....	36
2.6.1.2 Objetivos específicos.....	36
2.6.2 Acciones para conseguir los objetivos .....	36
2.6.3 Los indicadores para medir su cumplimiento.....	36
2.6.4 Los instrumentos .....	37



2.6.5 Actividades para la operatividad de la estrategia .....	37
2.6.5.1 Propuesta 1 – Aprender un idioma en CALUSAC es fácil, que consiste en 7 videos para publicar en la red social <i>TikTok</i> .....	37
2.6.5.2 Propuesta 2 – Aprender un idioma en CALUSAC es fácil, que consiste en 6 videos para publicar en la red social <i>Instagram</i> .....	40
2.7 Financiamiento .....	42
2.8 Presupuesto.....	42
2.9 Beneficiarios.....	42
2.10 Recursos humanos .....	43
2.11 Área geográfica de acción .....	43
2.12 Cuadro comparativo de la estrategia .....	43
2.13 Cronograma del plan de comunicación .....	44
Capítulo 3 .....	45
Ejecución de la Estrategia.....	45
3. Informe de la ejecución .....	45
3.1 Ejecución 1: Aprender un idioma en CALUSAC es fácil, red social <i>TikTok</i> . .....	45
3.2 Ejecución 2: Aprender un idioma en CALUSAC es fácil, red social <i>Instagram</i> . .....	47
3.3 Actividades y calendarización .....	49
Conclusiones.....	52
Recomendaciones .....	53
Referencias .....	54
E grafía .....	55
Anexos.....	57



## Índice de figuras

Figura 1. Organigrama de la institución .....	7
Figura 2. Gráfica sobre el género .....	18
Figura 3. Gráfica de la edad.....	19
Figura 4. Gráfica sobre el medio por el que se conoció CALUSAC.....	20
Figura 5. Gráfica de la calificación de la atención de CALUSAC.....	21
Figura 6. Gráfica del medio utilizado para comunicarse a CALUSAC .....	22
Figura 7. Gráfica de la consideración sobre la efectividad de los medios de comunicación de CALUSAC .....	23
Figura 8. Gráfica sobre la calificación de la comunicación con el profesor .....	24
Figura 9. Gráfica sobre la calificación de la plataforma para impartir clases de CALUSAC.....	25
Figura 10. Gráfica sobre la consideración del funcionamiento de la plataforma de CALUSAC..	26
Figura 11. Fotografía del edificio S13 de la USAC donde se ubica CALUSAC .....	57
Figura 12. Fotografía de la recepción de CALUSAC en el edificio S13 .....	57
Figura 13. Fotografía del sitio web de CALUSAC .....	58
Figura 14. Fotografía de la red social <i>Facebook</i> de CALUSAC.....	58
Figura 15. Fotografía de la red social <i>TikTok</i> de CALUSAC .....	59
Figura 16. Fotografía de la red social <i>Instagram</i> de CALUSAC.....	59





## Índice de tablas

Tabla 1. Centros regionales .....	1
Tabla 2. Género .....	18
Tabla 3. Edad .....	19
Tabla 4. Medio por el que se conoció CALUSAC .....	20
Tabla 5. Calificación de la atención de CALUSAC .....	21
Tabla 6. Medio utilizado para comunicarse a CALUSAC .....	22
Tabla 7. Consideración sobre la efectividad de los medios de comunicación de CALUSAC .....	23
Tabla 8. Calificación de la comunicación con el profesor .....	24
Tabla 9. Calificación de la plataforma para impartir clases de CALUSAC .....	25
Tabla 10. Consideración del funcionamiento de la plataforma de CALUSAC .....	26
Tabla 11. FODA .....	28
Tabla 12. Instrumentos .....	37
Tabla 13. Actividades .....	38
Tabla 14. Actividades .....	40
Tabla 15. Presupuesto .....	42
Tabla 16. Beneficiarios .....	42
Tabla 17. Cuadro comparativo .....	43



## Introducción

Este estudio aborda un diagnóstico para conocer la situación de la comunicación externa del Centro de Aprendizaje de Lenguas CALUSAC, ubicado en el edificio S-13 del campus central de la Universidad de San Carlos de Guatemala USAC, como parte del Ejercicio Profesional Supervisado EPS. Con este análisis se determinan los problemas comunicacionales externos que enfrenta la institución e identificar las posibles causas en el contexto de la pandemia del Covid-19.

Para ello, se procedió a recabar datos a través de la investigación documental, que permitieron conocer los antecedentes importantes de CALUSAC, como su historia, visión, asimismo aquellas alianzas estratégicas que realiza con facultades, escuelas de la USAC y con otras organizaciones respecto de la enseñanza-aprendizaje de idiomas con el objetivo de fortalecer las comunicaciones.

Además, con la aplicación de instrumentos del enfoque de investigación mixto se exponen los problemas detectados a través de encuestas practicadas a alumnos de manera virtual debido a que las clases presenciales fueron suspendidas para evitar contagios masivos de coronavirus. Las dificultades que sobresalen, es el fortalecimiento de las redes sociales institucionales de CALUSAC para comunicar con su público objetivo.

En la segunda parte de este documento, se propone un plan estratégico de comunicación con el objetivo de cumplir con las expectativas de CALUSAC en el ámbito institucional en respuesta a las necesidades de comunicación externa identificadas en la etapa de diagnóstico el cual se ejecutará en la siguiente etapa del proyecto.

En el último segmento, se detallan las acciones para la ejecución del plan comunicacional con la estrategia propuesta que consiste en la producción y publicación de audiovisuales en las redes sociales *TikTok* e *Instagram* para el logro de los objetivos institucionales de organización, en promover la prestación de servicios lingüísticos. La importancia del uso de las plataformas digitales radica en que estos se han convertido en un canal de comunicación durante la pandemia.



## **Antecedentes**

Lara (2006) señala que la preparación educativa de cada profesional es importante, porque de esta formación lingüística posibilita expandir los conocimientos de cada persona y su inclusión en el mundo laboral globalizado, en la tesis denominada el Portal web y campaña de divulgación del Centro de Aprendizaje de Lenguas de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

En la tesis Perfil del estudiante de los idiomas de alemán, francés e italiano del curso 1 de la Jornada Matutina del CALUSAC, Sede Central”, Proyecto de Desarrollo Institucional –PDP-, de la Escuela de Ciencias Lingüísticas, se menciona que con el estudio de los idiomas, se busca que el estudiante fortalezca sus capacidades comunicativas, reflectivas y cognitivas para comunicarse con otras personas que ven, entienden e interpretan el mundo de la misma manera (Morales, 2014).

Del Cid (2016) expresa para que una organización pueda comunicarse correctamente con su público objetivo, requiere de la comunicación interna y externa. En la tesis para la titulación en Maestría en Artes en Comunicación Organizacional, Diagnóstico y estrategia de comunicación organizacional interna y externa del Centro de Aprendizaje de Lenguas de la Universidad de San Carlos de Guatemala, CALUSAC.

Jiménez (2020) menciona que un plan de comunicación externa de un proyecto tiene como resultado acercar la institución a su público, comunicando su mensaje y trasladando sus objetivos a su audiencia. En la tesis para la titulación de Licenciado en Ciencias de la Comunicación, Diagnóstico y estrategia de comunicación externa para la implementación de canales digitales para Centro de Aprendizaje de Lenguas CALUSAC de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

Las redes sociales son estrategias de comunicación viables para esta época en la cual vivimos, donde se demuestra que hemos aprendido a evolucionar o bien tenemos que aplicarlo para sobrevivir, así lo expresa Tunche (2020) en la tesis Diagnóstico y estrategia de comunicación externa en redes sociales para el Instituto Nacional de la Marimba del Ministerio de Cultura y Deportes.



## Justificación

En Guatemala, se detecta el primer caso de Covid-19 el 13 de febrero del 2020, a partir de ese momento los datos de personas infectadas irían en aumento por lo que el Gobierno guatemalteco decidiría dictar medidas de prevención en el territorio, esto provocaría que las instituciones tanto públicas como privadas se adaptaran a una nueva normalidad.

En ese sentido las autoridades de la Universidad de San Carlos de Guatemala deciden dar seguimiento a las disposiciones del Consejo Superior Universitario sobre las actividades programadas del Ejercicio Profesional Supervisado EPS, por medio de plataformas virtuales, videoconferencias, entre otros medios que se adaptan a la educación e investigación a distancia.

Ante esta nueva realidad se comienza la investigación para conocer el ambiente comunicacional del Centro de Aprendizaje de Lenguas CALUSAC, por medio del cual se conocen, analizan y evalúan los diferentes sistemas de comunicación de la organización para posteriormente realizar mejoras que beneficien a la institución.

Este informe se desarrolla con objetivos académicos, para fomentar el aprendizaje y la experiencia sobre la ejecución de un plan de comunicación externa, que consiste en el fortalecimiento de las cuentas institucionales de CALUSAC en las plataformas digitales *TikTok e Instagram* por medio de la creación y publicación de videos que promocionen los diferentes servicios que brinda la organización para el aprendizaje de idiomas nacionales y extranjeros.

Estas dos aplicaciones se encuentran dentro de las 10 plataformas más utilizadas a nivel global, a finales del 2020, *TikTok* contaba con más de 689 millones de usuarios, mientras *Instagram* con 1 mil 158 millones de cuentas activas, las cuales han ido aumentando debido a que las personas utilizan estas plataformas digitales para comunicarse por la pandemia del Covid-19.

Este informe se desarrolla con objetivos académicos, para fomentar el aprendizaje y la experiencia sobre la ejecución de un plan comunicacional Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala o profesionales de la comunicación de otras organizaciones.



## Capítulo 1

### Diagnóstico de comunicación

#### 1. La institución

Centro de Aprendizaje de Lenguas CALUSAC.

#### 1.2 Perfil institucional

La Escuela de Ciencias Lingüísticas es la unidad académica de la Universidad de San Carlos de Guatemala, la única universidad pública de Guatemala responsable de organizar, dirigir y desarrollar la educación superior del Estado en el campo de las ciencias lingüísticas y la enseñanza de idiomas vernáculos y extranjeros.

#### 1.3 Ubicación geográfica

La Escuela de Ciencias Lingüísticas CALUSAC, se ubica en los edificios S13 y antiguo edificio de CALUSAC en el campus central de la Universidad de San Carlos de Guatemala, zona 12 de la Ciudad de Guatemala.

El edificio S13 es utilizado para las oficinas administrativas y el antiguo edificio de CALUSAC se destinaba para impartir clases presenciales hasta marzo del 2020, debido a la pandemia del Covid-19 las clases se brindan de manera virtual, según información de CALUSAC (2021).

##### 1.3.1 Centros regionales

El Centro de Aprendizaje de Lenguas CALUSAC, cuenta con 29 sedes regionales ubicadas en centros universitarios en los distintos municipios y cabeceras departamentales del país.

Tabla 1. Centros regionales

No.	Extensión	Idioma
1.	Antigua Guatemala	Inglés y francés
2.	Baja Verapaz	Inglés y Achí
3.	Barillas, Huehuetenango	Inglés
4.	Chimaltenango	Inglés



5.	Chiquimula	Inglés
6.	Chiquimulilla, Santa Rosa	Inglés
7.	Cobán, Alta Verapaz	Inglés y Q'eqch'i
8.	Cuilapa, Santa Rosa	Inglés
9.	Escuintla	Inglés
10.	Guastatoya El Progreso	Inglés
11.	Huehuetenango	Inglés
12.	Jalapa	Inglés
13.	Jutiapa	Inglés
14.	Los Amates, Izabal.	Inglés
15.	Mazatenango	Inglés
16.	Morales, Izabal	Inglés
17.	Nueva Santa, Santa Rosa	Inglés
18.	Petén	Inglés y Q'eqch'i
19.	Poptún, Petén	Inglés
20.	Puerto Barrios, Izabal.	Inglés
21.	Quetzaltenango	Inglés y K'iche
22.	Quiché	Inglés
23.	San Antonio Aguas Calientes, Sacatepéquez	Inglés
24.	San Marcos	Inglés
25.	Sololá	Inglés y Kaqchikel
26.	Taxisco, Santa Rosa	Inglés
27.	Teculután, Zacapa	Inglés
28.	Totonicapán	Inglés
29.	Zacapa	Inglés

Fuente: Elaboración propia con base en CALUSAC (2021).





#### **1.4 Integración y alianzas estratégicas:**

El Centro de Aprendizaje de Lenguas CALUSAC, es un programa de la Universidad de San Carlos de Guatemala USAC con figura de autofinanciable. Los servicios para los cuales fue concebido generan ingresos que hacen auto sostenible el proyecto.

CALUSAC mantiene alianzas estratégicas con las facultades de Agronomía, Ciencias Económicas, Ingeniería, Medicina y las escuelas de Trabajo Social y Ciencias de la Comunicación de la USAC con el objetivo de apoyar a aquellos estudiantes que están por finalizar su carrera universitaria, debido a que saber un idioma extranjero, es un requisito para graduarse de la USAC.

También mantiene relación con la Municipalidad de Guatemala, Escuela Naval de Guatemala y el Colegio Ave María, instituciones que han solicitado a CALUSAC el servicio de enseñanza-aprendizaje de idiomas con el objetivo de fortalecer sus comunicaciones.

#### **1.5 Origen e historia:**

El Centro de Aprendizaje de Lenguas CALUSAC surge a raíz de un estudio de necesidades de formación que se llevó a cabo en octubre de 1971, el resultado dio lugar a que en 1975 se creara el Instituto de Lenguas de la universidad que después fue denominado Centro de Aprendizaje de Lenguas de la Universidad de San Carlos CALUSAC.

Su fundación se realizó bajo el concepto y principios de una extensión de la universidad y perteneció a la Dirección General de Extensión Universitaria de la USAC por un lapso de 28 años proyectando sus servicios de cursos libres de idiomas a la población guatemalteca.

En el 2004 el honorable Consejo Superior Universitario (CSU) a través de una comisión acordó por medio del Punto Octavo del Acta No. 02-2004 de fecha 13 de febrero del mismo año, fundar la Escuela no Facultativa de Ciencias Lingüísticas de la Universidad con carácter autofinanciable.

El 21 de julio de 2004, el Consejo Superior Universitario con la finalidad de alcanzar la unidad administrativa y financiera de las dos instituciones, acordó vincular al Centro de Lenguas CALUSAC a la Escuela de Ciencias Lingüísticas de la Universidad, según se hace constar en el punto sexto del Acta No. 16-2004.



Desde esa fecha, CALUSAC se transformó en una parte medular de la nueva Escuela de Ciencias Lingüísticas de la universidad, a través de los años, CALUSAC ha logrado proyectarse a estudiantes y trabajadores de la USAC y a la población guatemalteca. En el primer bimestre del 2021 la institución ha brindado sus servicios a 18,557 (CALUSAC, 2021).

## **1.6 Departamentos o dependencias de la institución**

**Consejo directivo:** es el máximo órgano de dirección dentro de la Escuela de Ciencias Lingüísticas, se integra por el Director, quien preside, dos representantes de los profesores titulares, un representante de los egresados a nivel licenciatura de la Escuela de Ciencias Lingüísticas, electo por los profesionales graduados o incorporados a la Universidad de San Carlos de Guatemala del Colegio correspondiente, dos representantes estudiantiles y el Secretario. El proceso electoral de estos cargos será normado por la reglamentación universitaria vigente.

**Dirección:** es la dependencia ejecutiva superior que desempeña el trabajo de decisión superior que consiste en planificar, organizar, coordinar, dirigir y controlar actividades docentes y administrativas para el desarrollo, ejecución y consecución de objetivos, políticas, programas y planes de estudio de La Escuela No Facultativa de Ciencias Lingüísticas de la Universidad de San Carlos de Guatemala y se encarga de velar porque se cumpla lo resuelto por el Consejo Superior Universitario, Rectoría y Órgano de Dirección de la escuela que dirige.

Consejo de Coordinación Académica, se integra con los siguientes miembros:

- a) Director de la Escuela, quien preside el Consejo.
- b) Secretario de la Escuela, quien es el Secretario del Consejo.
- c) El Coordinador del Programa de Licenciaturas y Postgrado.
- d) El Coordinador de cada carrera existente.
- e) El Coordinador del Instituto de Investigaciones Lingüísticas e Interculturales.
- f) El Coordinador del Programa de Extensión, Gestión y Vinculación.
- g) El Coordinador del Centro de Aprendizaje de Lenguas.



h) El Coordinador de la Unidad de Planificación Académica y Desarrollo Curricular.

Secretaría académica: es la dependencia operativa y administrativa superior que desempeña Trabajo de decisión superior que consiste en planificar, organizar, coordinar, dirigir y controlar diversas actividades docentes, administrativas y académicas para el desarrollo, ejecución y consecución de objetivos, políticas, programas y planes de estudio de la Escuela No Facultativa de Ciencias Lingüísticas de la Universidad de San Carlos de Guatemala y velar porque se cumpla lo resuelto por el Consejo Superior Universitario, Rectoría y el Órgano de Dirección de la escuela que dirige.

Unidad de planificación académica y desarrollo curricular: es la dependencia administrativa que asesora y planifica las acciones administrativas, académicas y de presupuesto de la Escuela de Ciencias Lingüísticas.

Tesorería: es la dependencia administrativa que se encarga de realizar los trabajos de especialización que consiste en administrar, coordinar, ejecutar y supervisar actividades relacionadas con información y aplicación del manejo y control de fondos presupuestarios y demás servicios contables, en una agencia de tesorería de la Escuela de Ciencias Lingüísticas.

Control académico: es la dependencia administrativa que se encarga de registro académico, revisar, Administrar, coordinar, asignación de los estudiantes, ejecutar y supervisar actividades relacionadas con la inscripción.

Programa de Licenciaturas y Postgrado: está a cargo de un coordinador quien, de acuerdo con las necesidades de la Escuela, podrá a su vez desempeñar las funciones de coordinador de carrera. Cada carrera debe tener un coordinador. El programa, su administración y desarrollo será regulado por un normativo específico, que deberá ser aprobado por la instancia administrativa de mérito.

El Programa de Extensión, Gestión y Vinculación: está a cargo de un coordinador. Este programa tiene la responsabilidad de desarrollar las políticas de la escuela en materia de extensión y servicios, así como, las de gestión y vinculación para incentivar la cooperación interinstitucional e internacional. El programa, su administración y desarrollo será regulado por un normativo específico, que deberá ser aprobado por la instancia de mérito.



El Instituto de Investigaciones Lingüísticas e Interculturales: está a cargo de un Coordinador. Esta unidad tiene la responsabilidad de desarrollar las políticas de investigación de la Escuela para generar conocimiento y contribuir a la solución de problemas en el ámbito de las Ciencias Lingüísticas y de la Traducción e Interpretación, a través del estudio de Los idiomas nacionales y extranjeras y de sus relaciones interculturales y de los procesos, los productos y los procedimientos de la translación (traducción e interpretación). El Instituto, su administración y desarrollo será regulado por un normativo específico, que deberá ser aprobado por la instancia administrativa de mérito.

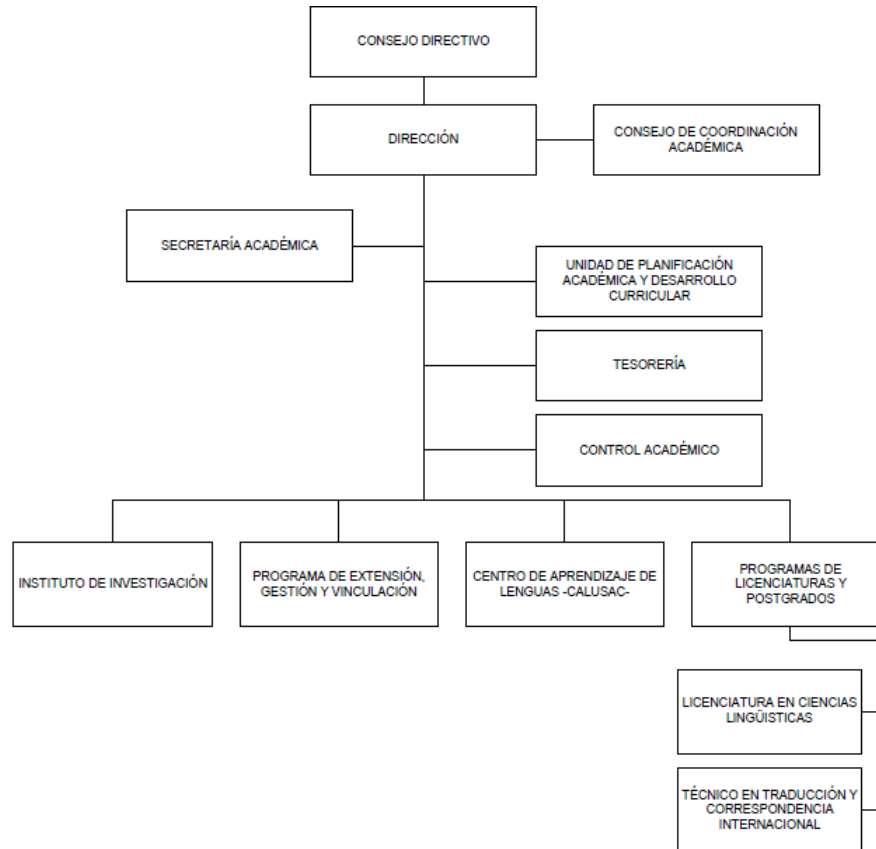
El Centro de Aprendizaje de Lenguas CALUSAC, está a cargo de un Coordinador. Esta unidad tiene como finalidad desarrollar programas de educación continua, orientados al aprendizaje de los idiomas nacionales y extranjeras que la sociedad demande. Este centro no podrá otorgar grados académicos universitarios. Su administración y desarrollo será regulado por un normativo específico, de deberá ser aprobado por la instancia superior administrativa que corresponda.

Unidad de Planificación Académica y Desarrollo Curricular, está a cargo de un Coordinador. Esta unidad tiene como finalidad la planificación, evaluación y desarrollo de los elementos que conforman el sistema curricular de la Escuela en una forma integral, visionaria y holística. Esta Unidad, su administración y desarrollo será regulado por un normativo específico, que deberá ser aprobado por la instancia superior administrativa que corresponda (CALUSAC, 2006).



## 1.7 Organigrama de la institución

Figura 1. Organigrama de la institución



Fuente: CALUSAC (2006).

## 1.8 Misión

La Escuela de Ciencias Lingüísticas es la unidad académica de la Universidad de San Carlos de Guatemala, responsable de organizar, dirigir y desarrollar la educación superior del Estado en el campo de las ciencias lingüísticas y la enseñanza de idiomas vernáculos y extranjeros. Líder en la formación de profesionales de alto nivel académico, con principios éticos, de justicia, responsables, competitivos y comprometidos con el desarrollo de la multiculturalidad y plurilingüismo de la sociedad guatemalteca.

CALUSAC (2021) señala que atiende las necesidades educativas de la población estudiantil universitaria y de la población en general en cumplimiento de sus funciones de investigación,



docencia y extensión. Aplica los recursos tecnológicos y científicos para el alcance de sus fines y objetivos. Promueve la gestión y vinculación con los distintos sectores académicos, económicos, sociales y políticos a nivel nacional e internacional. Impulsa de manera permanente la difusión de la cultura e identidad nacional a través de las diferentes manifestaciones lingüísticas en la sociedad globalizada.

## **1.9 Visión**

La Escuela de Ciencias Lingüísticas tiene como visión fortalecer los procesos de enseñanza aprendizaje de idiomas para consolidar las competencias profesionales de desempeño superior inherente a los hechos culturales, aplicando procesos con equidad, científicos, pedagógicos y técnicos y de las ciencias lingüísticas en las dimensiones inter e intra culturales. (CALUSAC, 2021).

## **1.10 Objetivos institucionales**

CALUSAC (2006) dentro del Manual de organización escuela lingüística, detalla los siguientes objetivos institucionales.

- a) Formar recursos humanos en el dominio de idiomas nacionales y extranjeros, así como, promover dentro del proceso formativo, la prestación de servicios lingüísticos a nivel nacional e internacional, con el fin de contribuir a resolver problemas concretos de la realidad nacional e internacional vinculado al campo de la lingüística, la enseñanza de idiomas y la traducción e interpretación en general.
- b) Formar profesionales a nivel de educación superior en el campo de las ciencias lingüísticas que utilicen los instrumentos estructurales lexicológicos y fonéticos de las lenguas estudiadas, que apliquen correctamente las reglas gramaticales de la lengua española y que se desenvuelvan satisfactoriamente en otras lenguas nacionales y/o extranjeras aprendidas.
- c) Formular, administrar, ejecutar y evaluar proyectos de investigación lingüísticas cultural y educativa a nivel de las lenguas nacionales y extranjeras, con énfasis en el desarrollo de la Institución y de la sociedad guatemalteca.





- d) Formar el recurso humano a nivel superior en el campo de las Ciencias Lingüísticas con conocimiento científico, capacidad crítica objetiva que le permita afrontar y resolver problemas de la realidad.
- e) Formar profesionales que realicen excelentes servicios de traducción e interpretación de alta calidad y certeza legal.
- f) Capacitar en forma continua en idiomas y ciencias lingüísticas a la población de diferentes edades en el sistema de formación integral de la Escuela de Ciencias Lingüísticas de la USAC.
- g) Formar profesionales con altos valores éticos y morales del más alto nivel académico en la especialidad lingüística.
- h) Capacitar a los jóvenes y adultos, en procesos de formación continua a nivel de pre-grado y post grado, para el aprendizaje de las distintas lenguas nacionales y extranjeras.
- i) Desarrollar programas de investigación aplicada, orientada hacia el estudio y solución de la problemática lingüística e intercultural de la nación.
- j) Desarrollar programas para vinculación y gestión de la Escuela de Ciencias Lingüísticas, con los distintos sectores de la sociedad en el ámbito nacional e internacional.
- k) Promover el estudio e investigación científica de la realidad lingüística cultural de la nación, su problemática, desarrollo y aplicaciones científicas de las lenguas de nuestro país.
- l) Desarrollar programas de vinculación, gestión y proyección social, con los distintos sectores de la sociedad.

### **1.11 Público objetivo**

Adolescentes, docentes, trabajadores y estudiantes de la Universidad de San Carlos de Guatemala, extranjeros y la población en general mayor de 12 años.



## **1.12 Diagnóstico**

Un diagnóstico comunicacional es un análisis que se elabora a la comunicación de una empresa con la finalidad de verificar la funcionalidad de las diferentes maneras de comunicación e identificar debilidades o problemas que puedan solucionarse a través de la ejecución de una estrategia que permita a la compañía el aprovechamiento de los recursos que posee (Matilla, 2008). Para que el diagnóstico comunicacional tenga éxito es necesario seguir una serie de pasos.

En el área comunicacional un diagnóstico permitirá a la organización, la construcción de un panorama del estado organizacional actual de la empresa, lo que da lugar a identificar y evaluar aquellos aspectos internos y externos que interfieran en la comunicación de la organización.

## **1.13 Objetivos del diagnóstico**

### **1.13.1 Objetivo general**

Analizar los procesos de comunicación externa del Centro de Aprendizaje de Lenguas CALUSAC, durante marzo y abril de 2021.

### **1.13.2 Objetivos específicos del diagnóstico**

- Conocer los canales de comunicación externa utilizados en el Centro de Aprendizaje de Lenguas CALUSAC.
- Identificar las necesidades de comunicación externa del Centro de Aprendizaje de Lenguas CALUSAC.

## **1.14 Tipos de investigación**

### **1.14.1 Investigación descriptiva**

La investigación descriptiva se ocupa de describir la población, situación o fenómeno en el entorno en el cual se centra su estudio. Busca responder a las interrogantes ¿Qué? ¿Cómo? ¿Cuándo? y ¿Dónde? concerniente al problema de investigación. Para obtener la información el investigador debe acudir a técnicas como la observación y la encuesta (Jervis, 2020).

Este tipo de investigación permite conocer cantidades, no cualidades, por ello, la investigación descriptiva es de tipo cuantitativa. Por lo tanto, para el desarrollo de una investigación descriptiva,



es necesario averiguar con antelación las cambiantes que serán estudiadas, porque esta investigación no está destinada a la búsqueda de variables, sino a su estudio.

### **1.14.2 Investigación documental**

Este tipo de investigación científica es un método de estudio e interpretación fundamentado en la revisión de libros, artículos, vídeos y documentales. Se puede determinar como un proceso de recolección, organización y análisis de un conjunto de datos que tratan sobre un tema en particular (González, 2020).

La investigación documental se determina por realizar una selección, recolección e interpretación de los datos encontrados. A partir de estos datos se prepara una presentación y una conclusión. El investigador no solo se enfocará en buscar datos importantes; también debe interpretarlos, esto permite plantear una serie de conclusiones que contribuyen a brindarle valor al proceso de investigación.

### **1.15 Enfoque**

Un enfoque es la manera que el investigador define la naturaleza del estudio que ejecutará, este principio es elemental para comprender el proceso de la investigación, por lo tanto, es la esencia para aprender a investigar.

En el proceso investigativo, el enfoque debe plantearse desde el momento que se determina la idea de investigación y se puntualiza el tema a investigar. En efecto, la determinación acerca si la investigación a desarrollar será cualitativa, cuantitativa o mixta o una composición de enfoques, se determina al momento en que se define el tema y se realiza el planteamiento del problema (Solís, 2020).

#### **1.15.1 Enfoque cualitativo**

El enfoque cualitativo se vincula a aquellos procesos en la investigación que utiliza como fuente la palabra hablada o escrita y la conducta observada. Este tipo de enfoque permite el conocimiento directo de las percepciones de las personas del problema investigado, además admite una indagación y explicación profunda del estudio en sí, ya que por medio de los métodos cuantitativos no se pueden desarrollar (Hernández, 2000).



Este enfoque emplea métodos de recolección de datos con la finalidad de explorar las relaciones sociales y describir una realidad. Entre los datos que se pueden obtener están: las creencias, opiniones y actitudes de los públicos implicados en la investigación. Este método tiene como instrumento fundamental, la entrevista, una reunión entre dos personas, el investigador y el entrevistado.

### **1.15.2 Enfoque cuantitativo**

Sampieri (2014) refiere que el enfoque cuantitativo representa a un conjunto de procedimientos secuenciales y probatorios. Las etapas son ordenadas, eso quiere decir que no se pueden ignorar las fases. Este enfoque de investigación parte de una idea que va delimitándose, conforme avanza el proceso, se derivan los objetivos y preguntas de investigación. De las interrogantes se conforman hipótesis y determinan variables.

Estas variables se miden en un determinado contexto; se analizan las mediciones a través de métodos estadísticos para obtener conclusiones referentes a la o las hipótesis. Este tipo de enfoque emplea números y su razonamiento es deductivo, El enfoque cuantitativo hace referencia a la medición exacta de resultados por medio de estadísticas o cuadros significativos a nivel matemático, es medible (Hernández, 2000). Entre ellos se pueden citar:

- La encuesta de imagen.
- La encuesta de indagación de motivos o actitudes.
- La encuesta de opinión.
- Encuestas sobre influencias básicas.
- Encuestas de sectores.

### **1.15.3 Enfoque mixto**

El enfoque mixto concentra las ventajas de los datos que ofrecen simultáneamente el enfoque cuantitativo y cualitativo, aplica el método inductivo-deductivo. Se considera un enfoque más completo porque admite observar una realidad desde varias dimensiones, es dúctil e integral (Piloña, 2011).



#### **1.15.4 Enfoque de la investigación, mixto**

Para el desarrollo de esta investigación se utilizó el método mixto, se llevó a cabo la revisión documental de investigaciones e informes, asimismo del manual organizacional de la institución con el objetivo de recabar información. También se empleó el instrumento de la entrevista para obtener indicadores cualitativos que permitieron conocer la percepción del personal administrativo en materia de comunicación interna.

Los indicadores cuantitativos se establecieron y recabaron por medio del instrumento de la encuesta a través de formularios de *Google Forms*, que fueron enviados a estudiantes y docentes del nivel I del idioma inglés de la sede central de CALUSAC para conocer datos puntuales sobre la situación actual de la comunicación externa de la institución.

#### **1.16 Técnicas de recolección de datos**

Las técnicas de recolección de datos hacen alusión a los mecanismos e instrumentos que el investigador hace uso para reunir y medir información de manera organizada y con una finalidad científica. Cada técnica admite compendiar información de varios tipos. Es necesario que el indagador conozca las características de cada una de las técnicas, además de definir correctamente los objetivos para obtener información apropiada (Caro, 2021).

Para desarrollar el análisis situacional del Centro de Aprendizaje de Lenguas CALUSAC, se recolectó información de carácter cualitativo por medio de instrumentos como: la entrevista, la observación y la documentación. También se utilizó la encuesta para recolectar datos cuantitativos.

##### **1.16.1 Observación**

La observación consiste en la captación y registro controlado de información por medio de la percepción visual. Esta técnica de investigación se refiere a la percepción sistemática, controlada y estructurada de los aspectos de una situación que destacan para el tema de estudio y para las suposiciones teóricas en que este se basa. En la observación el investigador ordena, distribuye y documenta lo percibido (Heinemann, 2003).



### 1.16.1.1 Tipos de observación

- a) Observación científica, el investigador examina un objetivo definido, claro y preciso; conoce qué quiere observar y con qué finalidad, debe organizar esmeradamente la observación. En la no científica, el observador no tiene un objetivo definido, tampoco una intención, por lo tanto, no cuenta con una organización previa.
- b) Observación directa, hace que el investigador contemple el fenómeno y recoja información personalmente, tiene contacto con el fenómeno que desea investigar y en la indirecta el investigador no tiene contacto personal con el objeto o fenómeno, sino que se basa en observaciones realizadas con anterioridad por terceros. En este tipo de observación el investigador hace uso de libros, revistas o informes relacionados con la investigación.
- c) Observación de campo, se realiza en los lugares donde ocurren los hechos o fenómenos, lo observado será legítimo lo que permite obtener conclusiones apropiadas. La de laboratorio se desarrolla en lugares preestablecidos como archivos, bibliotecas y museos y efectivamente en laboratorios. Se delimita a un grupo de personas previamente determinados para observar actitudes y comportamientos.
- d) Observación individual, la elabora una sola persona, sea porque pertenece a una investigación igualmente individual, o porque en el grupo se le ha encomendado. Y en la grupal intervienen varios investigadores que integran un equipo o grupo de trabajo. Puede realizarse de varias formas: cada persona observa una parte o aspecto de todo o todos observan lo mismo y posteriormente cada uno coteja sus datos.
- e) Observación participante, es una técnica privilegiada por la investigación cualitativa, el investigador es parte del grupo de personas, hecho o fenómeno con el objetivo de obtener los datos. Este tipo de observación brinda detalles de las personas, acontecimientos e interacciones que se observan, así como la sensación de la propia persona que observa. En la No participante: el investigador observa desde afuera, no interviene en el grupo social, hecho o fenómeno investigado para no alterar variables de estudio (Díaz, 2011).





### **1.16.1.2 Lo observado en CALUSAC**

Para el desarrollo del estudio, se utilizó la observación no participante como parte de las técnicas de la metodología para elaborar el diagnóstico comunicacional. No se tuvo intervención con el grupo social debido a que los estudiantes no reciben clases presenciales por la pandemia del Covid-19, además la mayoría del personal administrativo y docentes trabajan desde su casa.

Se observó el cambio de metodología de CALUSAC para impartir clases, actualmente utiliza plataformas virtuales, así lo dan a conocer en su sitio web y redes sociales.

Queda evidente el uso de *Facebook* como la principal red social de la institución, publican constantemente a través de imágenes los calendarios de inscripción de los diferentes cursos que ofrece, interactúan con sus 84 mil seguidores, resuelven dudas e inquietudes a través de los comentarios en sus publicaciones.

También poseen una cuenta en la plataforma digital *Instagram* con 4 mil 700 seguidores, en la cual replican a cada semana algunas publicaciones que hacen en *Facebook*. Ambas redes sociales no cuentan con una línea gráfica, utilizan diferentes formatos y colores.

La página web de CALUSAC <http://calusacusac.usac.edu.gt/>, esta desactualizada, no posee información de interés para informar a quienes desean pertenecer a la institución y sus estudiantes.

Al ingreso del edificio que ocupa CALUSAC no existe señalización sobre los protocolos de Covid-19, como uso de gel, mascarilla y distanciamiento social.

CALUSAC no cuenta con un departamento de comunicación.

### **1.16.2 Documentación**

Manual de Organización Escuela de Ciencias Lingüísticas PDF, Reseña histórica del Centro de Aprendizaje de Lenguas de la Escuela de Ciencias Lingüísticas de la Universidad de San Carlos de Guatemala CALUSAC PDF.

Monografía para maestría, Diagnóstico y estrategia de comunicación organizacional interna y externa del Centro de Aprendizaje de Lenguas de la Universidad de San Carlos de Guatemala,



CALUSAC. Principal fuente de información y detecta de nuevo la necesidad de tener un mejor organigrama en CALUSAC (Salazar, 2016).

Diagnóstico y Estrategia de Comunicación Externa, Implementación de canales de comunicación digitales para Centro de Aprendizaje de Lenguas CALUSAC. El proyecto de implementación de canales de comunicación digital para CALUSAC (Jiménez, 2020).

Sitio *web* del Centro de Aprendizaje de Lenguas CALUSAC.

### **1.16.3 Entrevista de profundidad**

La entrevista de profundidad es un método de recolección de datos que proporciona la simplicidad de acumular una amplia cantidad de información relacionada a un fenómeno o una temática. En su desarrollo el entrevistador ejecuta una serie de preguntas al cuestionado, ambos pueden explorar con libertad cualquier punto adicional que cambie la dirección del proceso en cualquier momento que consideren necesario (Pacheco, 2019).

Se entrevistó el 19 de abril del 2021 a la licenciada Daniela Rocío Torres Alvarado, coordinadora del Proyecto Munijoven con el fin de recabar información acerca de los problemas comunicacionales actuales en CALUSAC. Se abordaron varios temas referentes a la comunicación externa de la institución.

Durante el desarrollo de la entrevista se conoció que CALUSAC carece de un departamento que gestione la comunicación externa de la entidad y que permita fortalecer la forma de dar a conocer sus servicios a su público objetivo. Cuenta con el apoyo de la licenciada María Fernanda Maaz, quién con previa autorización del licenciado José Rolando Samayoa Lara, director actual, publica en las redes sociales institucionales.

CALUSAC no cuenta con presupuesto para la compra de equipo tecnológico que permita creación de contenido destinado a sus redes sociales y sitio *web*. Posee una cámara fotográfica; ante la falta de instrumentos, acuden a TV USAC y a compañeros de la universidad para la producción de videos que promueven las inscripciones de los distintos cursos que imparte la entidad.

No existe una estrategia de comunicación que permita a CALUSAC definir, elaborar y enviar mensajes de manera efectiva por los diferentes canales que posee. Las autoridades trabajan por



medio de plantillas para la creación de *banners* que publican en sus redes sociales para informar sobre la programación de cursos. Este proceso lo realizan a prueba de error, si la publicación genera interacción continúan con el mismo formato de color y elementos, de lo contrario lo descartan.

A principios de este año, se implementó un *Contact Center*, con la finalidad, proveer de un canal de comunicación a los estudiantes de CALUSAC y la población en general, para resolver dudas o inquietudes por medio de teléfono. El proyecto funcionaba a través de dos líneas móviles, las cuales se saturaban debido a la cantidad de llamadas que ingresaban a diario, estas dejaron de funcionar por no ingresarles saldo.

La institución utiliza diferentes redes sociales para generar comunicación con su público objetivo. La plataforma con la que más interactúa CALUSAC es *Facebook*, en la actualidad posee más de 90 mil seguidores. En el caso de *Instagram* la institución tiene presencia desde el año 2020 pero no publican constantemente. Mientras en *TikTok* las autoridades han creado una cuenta recientemente.

#### **1.16.4 Grupos focales**

Debido a la pandemia no se hicieron grupos focales.

#### **1.16.5 Encuestas**

Se desarrolló una encuesta de manera virtual por efectos del Covid-19 con la finalidad de averiguar el funcionamiento de la comunicación y canales que utiliza CALUSAC para conversar con su público externo, de esta manera determinar aquellas necesidades que posee la institución en el ámbito comunicacional.

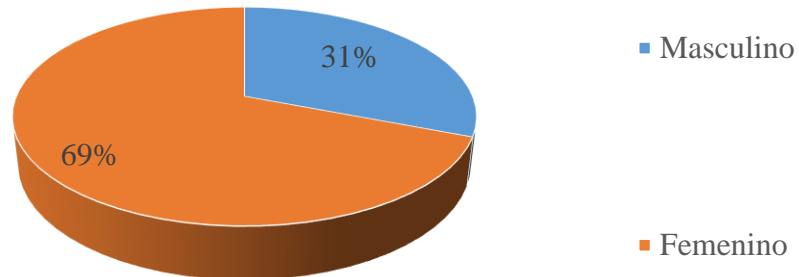
La encuesta se realizó del 19 al 23 de abril a través de un formulario de *Google Forms* que contenía 9 interrogantes orientadas a una población de 392 estudiantes inscritos en el nivel I de idioma inglés de la sede central de CALUSAC, por lo tanto, no se utilizó ninguna fórmula. Se decidió utilizar esta población porque se buscaba obtener datos de los alumnos de primer ingreso como: género, edad y principales canales externos que utilizaron para comunicarse por primera vez a la institución.



## 1.17 Interpretación de resultados

Pregunta 1. ¿Cuál es su género?

**Figura 2.** Gráfica sobre el género



Fuente: elaboración propia.

Tabla 2. Género

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Masculino	271	69%
Femenino	121	31%
Total, encuestados: 392 estudiantes		

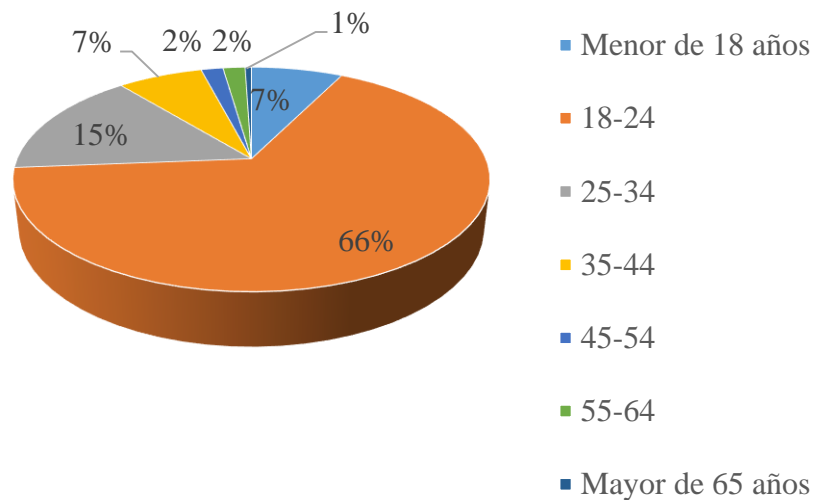
Fuente: elaboración propia.

Esta gráfica muestra que un 69% de estudiantes que se interesan por estudiar un idioma en CALUSAC son de género femenino y un 31% masculino. Ello representa que en su mayoría son estudiantes femeninas quienes se interesan por ese idioma.



Pregunta 2. ¿Cuál es su edad?

**Figura 3.** Gráfica de la edad



Fuente: elaboración propia.

Tabla 3. Edad

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Menor de 18	29	7%
18-24	260	66%
25-34	60	15%
35-44	27	7%
45-54	7	2%
55-64	7	2%
Mayor de 65	2	1%
Total, encuestados: 392 estudiantes		

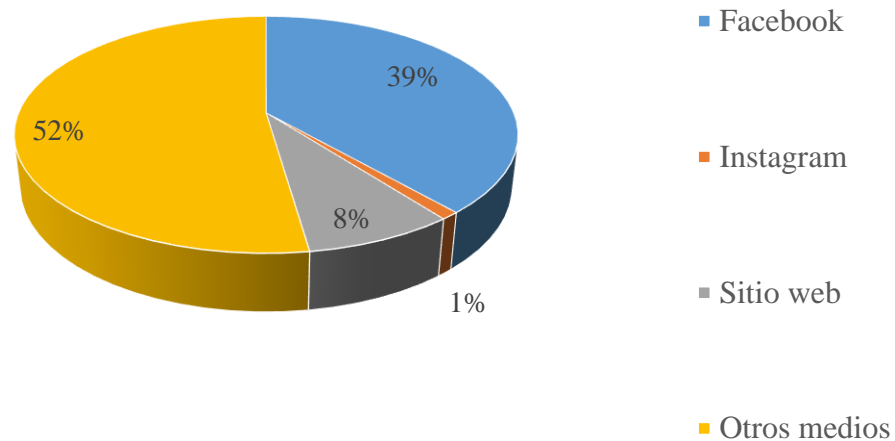
Fuente: elaboración propia.

En cuanto a edades, un 66% de estudiantes pertenecen a la Generación Z y a la Generación *Millennials* o Generación Y, seguido del 15% de 25 a 34 años. El 7% de estudiantes son menores de edad e igual porcentaje los educandos de 35 a 44 años. Es evidente que el público objetivo de CALUSAC son personas nacidas en los años 90 y 2000.



Pregunta 3. ¿Por qué medio se enteró de CALUSAC?

**Figura 4.** Gráfica sobre el medio por el que se conoció CALUSAC



Fuente: elaboración propia.

Tabla 4. Medio por el que se conoció CALUSAC

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Faceboook	151	39%
Instagram	4	1%
Sitio web	32	8%
Otro	205	52%
Total, encuestados: 392 estudiantes		

Fuente: elaboración propia.

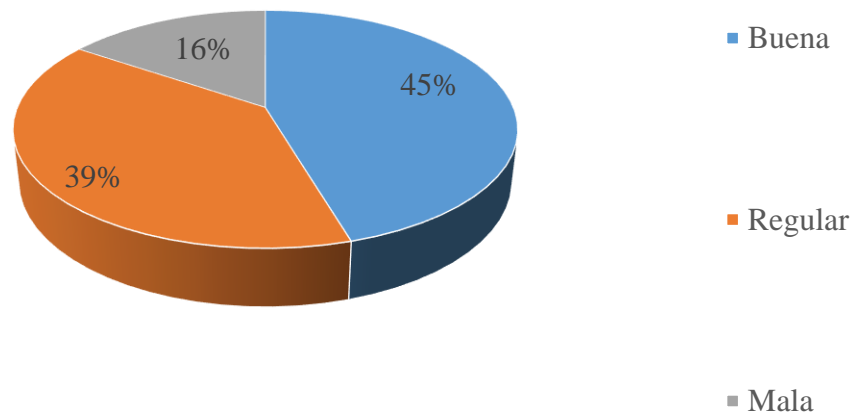
La mayoría de los estudiantes que se interesan por estudiar un idioma en CALUSAC busca información en las redes sociales oficiales de la institución. Un 39% de los encuestados utiliza *Facebook* para enterarse de la programación de cursos y requisitos que solicita CALUSAC para estudiar en la institución. Un 8% utiliza el sitio web y apenas un 1% ingresa al perfil de la organización en la red social *Instagram*.





Pregunta 4. Cuando se comunicó a CALUSAC ¿Cómo fue la atención?

**Figura 5.** Gráfica de la calificación de la atención de CALUSAC



Fuente: elaboración propia.

Tabla 5. Calificación de la atención de CALUSAC

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Buena	178	45%
Regular	153	39%
Mala	61	16%

Total, encuestados: 392 estudiantes

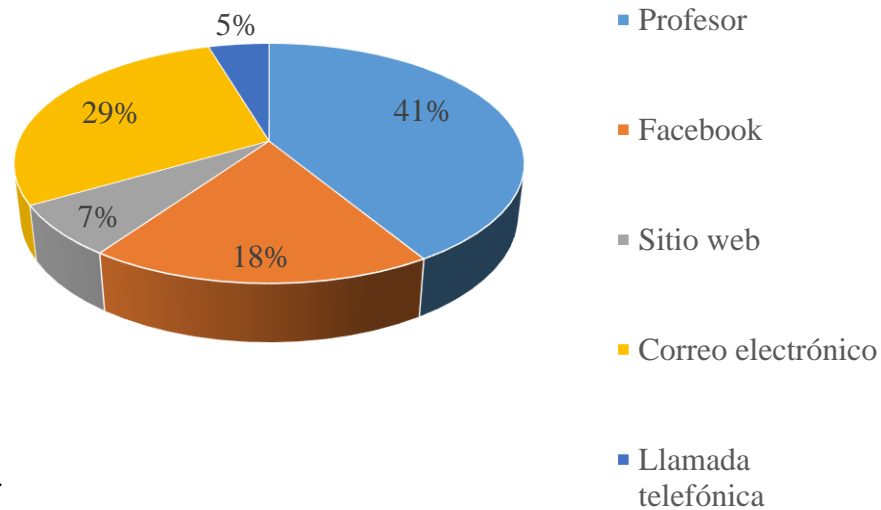
Fuente: elaboración propia.

Se aprecia que el 45% de estudiantes afirma que cuando utilizó uno de los canales para solicitar requisitos y fechas de inscripciones de cursos se le brindó una buena atención. Un 39% manifiesta que la atención fue regular y un 16% expresa que la atención fue negativa y no están satisfechos.



Pregunta 5. Cuándo tiene dudas ¿Qué medio utiliza para comunicarse a CALUSAC?

**Figura 6.** Gráfica del medio utilizado para comunicarse a CALUSAC



Fuente: elaboración propia.

**Tabla 6.** Medio utilizado para comunicarse a CALUSAC

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Profesor	162	41%
Facebook	72	18%
Sitio web	27	7%
Correo electrónico	113	29%
Llamada telefónica	18	5%
Total, encuestados: 392 estudiantes		

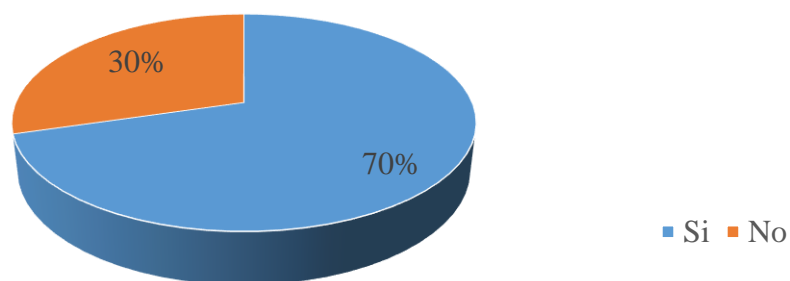
Fuente: elaboración propia.

Esta gráfica muestra que un 41% de los estudiantes de CALUSAC resuelve sus dudas académicas escribiendo a su profesor, esto debido a la frecuencia en que mantienen comunicación según su horario de clases. Un 18% lo escribe en la página oficial de la institución en la red social *Facebook*. Un 29% lo realiza por medio de correo electrónico y el resto por medio de llamadas telefónicas.



Pregunta 6. ¿Considera que el medio que utiliza para comunicarse a CALUSAC, es efectivo?

**Figura 7.** Gráfica de la consideración sobre la efectividad de los medios de comunicación de CALUSAC



Fuente: elaboración propia.

Tabla 7. Consideración sobre la efectividad de los medios de comunicación de CALUSAC

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Si	276	70%
No	116	30%
Total, encuestados: 392 estudiantes		

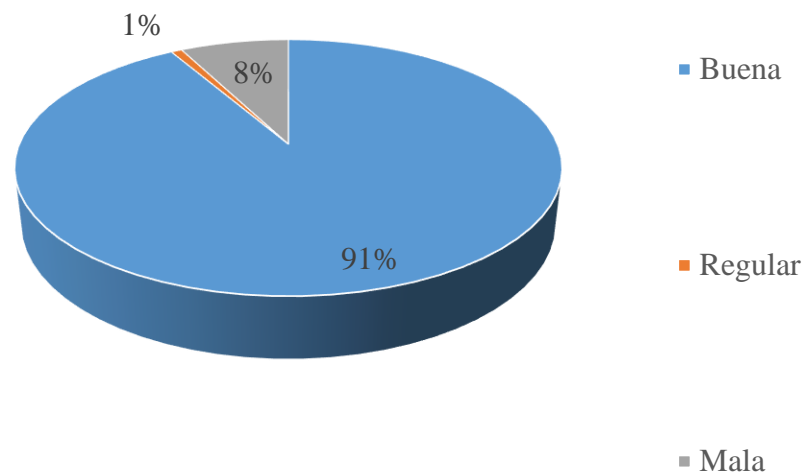
Fuente: elaboración propia.

Un 70% de estudiantes aprueba que consultarle a su profesor sobre CALUSAC es la mejor alternativa. Durante el proceso los estudiantes deben inscribirse o conocer el calendario de cursos y acuden a su tutor para que les brinde la información. Un 30% desaprueba que el medio que utiliza porque no satisface sus expectativas.



Pregunta 7. ¿Cómo ha sido la comunicación con su profesor?

**Figura 8.** Gráfica sobre la calificación de la comunicación con el profesor



Fuente: elaboración propia.

Tabla 8. Calificación de la comunicación con el profesor

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Buena	359	91%
Regular	30	8%
Mala	3	1%

Total, encuestados: 392 estudiantes

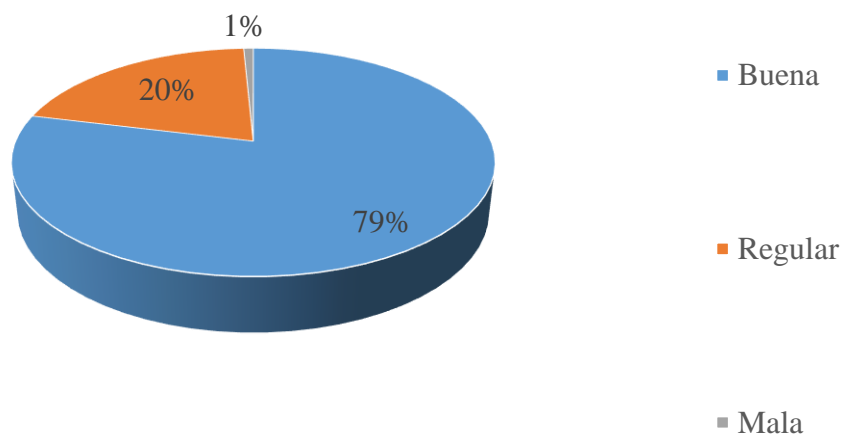
Fuente: elaboración propia.

En relación con esta interrogante, los estudiantes afirman su satisfacción con la comunicación que mantienen con su profesor. Un 91% admite que la comunicación entre el emisor (profesor) y receptor (alumnos) es aceptable. Una buena interacción entre las dos partes permite que se logre el objetivo con el docente, compartir sus conocimientos con sus estudiantes. Un 8% de los estudiantes rechaza la comunicación estudiante maestro.



Pregunta 8. ¿Cómo califica la plataforma que utiliza CALUSAC para impartir las clases *online*?

**Figura 9.** Gráfica sobre la calificación de la plataforma para impartir clases de CALUSAC



Fuente: elaboración propia.

Tabla 9. Calificación de la plataforma para impartir clases de CALUSAC

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Buena	309	79%
Regular	80	20%
Mala	3	1%

Total, encuestados: 392 estudiantes

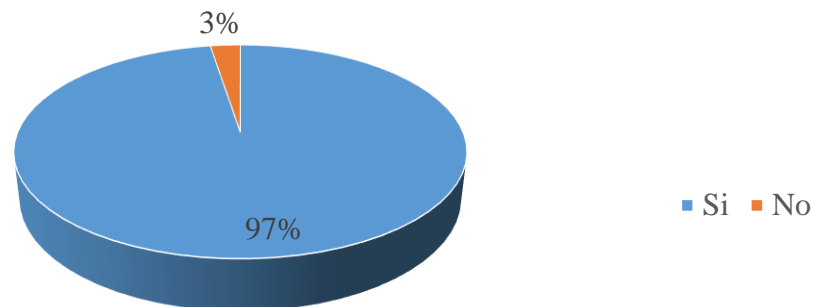
Fuente: elaboración propia.

Esta gráfica muestra que un 79% de los alumnos califica que la plataforma que utilizan los docentes en CALUSAC para impartir las clases *online* son aceptables tanto para el profesor, que cuente con herramientas tecnológicas que le permitan impartir sus clases y que los alumnos tengan espacio de aprendizaje y lograr sus objetivos. Mientras un 20% califica de regular la plataforma.



Pregunta 9. ¿Considera que su docente posee los conocimientos necesarios sobre el funcionamiento de la plataforma que utiliza CALUSAC para impartir clases *online*?

**Figura 10.** Gráfica sobre la consideración del funcionamiento de la plataforma de CALUSAC



Fuente: elaboración propia.

Tabla 10. Consideración del funcionamiento de la plataforma de CALUSAC

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Si	382	97%
No	10	3%
Total, encuestados: 392 estudiantes		

Fuente: elaboración propia.

Los resultados de esta pregunta indican que un 97% de los estudiantes reitera que su docente posee el conocimiento y la capacidad para utilizar la plataforma digital al impartir clases *online*. CALUSAC utiliza *Zoom* y *Google Meet* para la enseñanza de los idiomas. Un 3% de las personas encuestadas niega que los docentes estén capacitados para el uso de las plataformas.





## 1.18 FODA

El análisis FODA es una herramienta que también se conoce en otros países como DAFO o DOFA, está la utilizan las empresas con el objetivo de llevar a cabo una evaluación interna o externa para saber lo que está sucediendo. Esta se ejecuta sobre la base de sus amenazas, oportunidades, debilidades y fortalezas (Huerta, 2000). También se le considera como una metodología de trabajo, fue inventada en los años sesenta por Albert S. Humphrey en la Universidad de Stanford EE. UU.

Cada una de las siglas de un análisis FODA simboliza cuatro variables. “Las fortalezas; factores críticos positivos con los que cuenta la empresa. Las oportunidades; aspectos positivos que podemos aprovechar usando sus fortalezas. Las amenazas, aspectos negativos externos que podrían obstaculizar el logro de los objetivos que pretendemos” (Ventimilla, 2017, p. 17).

Otra variable son las debilidades; que se convierten en factores críticos negativos que durante la estrategia deben disminuir o desaparecer; es todo aquello perjudicial, que amenaza externamente la supervivencia de la empresa, estos defectos pueden convertirse en oportunidades que incluye un aumento de precios de productos o una fuerte competencia de acuerdo con la estrategia. (Ramirez, 2021).

Cada una de las variables anteriores se divide en interna y externa de la empresa. “La parte interna se relaciona con los aspectos sobre los cuales el planificador involucrado tiene algún grado de control. Trata de la identificación de fortalezas y debilidades. La parte externa revela oportunidades que ofrece el mercado y amenazas que enfrenta la institución en su entorno” (Díaz, 1986, p. 109). En estas últimas variables la organización a veces cuenta con algún tipo de control y en otras ninguno.



Tabla 11. FODA

<b>Fortalezas</b>	<b>Debilidades</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cuenta con misión.</li> <li>• Cuenta con visión.</li> <li>• Es el centro de lenguas estatal con mayor influencia estudiantil interna y externa.</li> <li>• Posee sitio web.</li> <li>• Posee redes sociales.</li> <li>• Interés del director en mejorar la comunicación interna de la institución.</li> <li>• Posee canales de comunicación tecnológicos.</li> <li>• La comunicación fluye de manera ascendente, descendente y horizontal en la institución.</li> <li>• Posee un <i>Contact Center</i>.</li> <li>• Tiene cuenta en <i>TikTok e Instagram</i>.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Falta un departamento de comunicación.</li> <li>• Carece de un manual de imagen que permita normar el diseño y redacción de material publicitario.</li> <li>• Necesita un organigrama actualizado.</li> <li>• Requiere de herramientas para la creación de contenido digital.</li> <li>• Falta de presupuesto para campañas de comunicación.</li> <li>• Poco personal para atender los canales de comunicación.</li> <li>• Centros regionales trabajan su comunicación de acuerdo a sus posibilidades.</li> <li>• Cuenta en red social <i>TikTok</i> sin contenido.</li> <li>• Cuenta en <i>Instagram</i> necesita actualización constante.</li> </ul>
<b>Oportunidades</b>	<b>Amenazas</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alianzas estratégicas con otras organizaciones.</li> <li>• Aumento de un 27% de estudiantes en el primer bimestre del 2021.</li> <li>• Herramientas tecnológicas para desarrollar el trabajo desde casa.</li> <li>• Implementación de una nueva plataforma para agilizar las inscripciones de los estudiantes.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nuevos centros de aprendizajes de idiomas a un costo menor.</li> <li>• Competencia que ofrece aprender un idioma en menor tiempo.</li> <li>• Instituciones que brindan cursos en línea para aprender idiomas gratuitos por la pandemia.</li> <li>• Instituciones que ofrecen becas para estudiar un idioma con certificación.</li> </ul>

Fuente: elaboración propia.



## 1.19 Problemas detectados

- a) No tienen un manual de imagen que permita regular los principales elementos gráficos que CALUSAC publica por medio de sus redes sociales institucionales como lo es *Facebook* e *Instagram*. Por el momento solicitan ayuda a TV USAC para la elaboración de diferentes materiales como videos que publican por medio de las redes sociales institucionales.
- b) No cuentan con una estrategia de comunicación, todo se realiza a prueba y error, si algo funciona se continúa pero sino, se desecha. Se guían por plantillas para cada idioma que van modificando conforme las fechas y horarios que pueden cambiar constantemente.
- c) El *Contact Center* dejó de funcionar debido a que los dos teléfonos que utilizaban para atender a los estudiantes no se les ingreso saldo y la empresa de telecomunicaciones bloqueó los números.
- d) No cuentan con recursos para la creación de campañas publicitarias por medio de sus redes sociales, lo que dificulta que la información no llegue a aquellos usuarios que no son seguidores de las plataformas sociales de CALUSAC.
- e) Utilizan grupos de *WhatsApp* como canales de comunicación interna, pero no hay interés por parte del personal administrativo debido a la falta de lectura de los mensajes.
- f) No cuentan con material publicitario en las paredes de sus instalaciones que mencionen las medidas de prevención contra el Covid-19. Tampoco poseen gráfica de piso que oriente a las personas sobre el distanciamiento social.
- g) En la plataforma digital *Instagram*, la cuenta de CALUSAC no se actualiza constantemente, mientras en *TikTok*, no posee contenido institucional.

## 1.20 Planteamiento del problema comunicacional

¿Cuál es la causa principal de la desactualización de las redes sociales institucionales de CALUSAC?



Se evidenció que la desactualización de las redes sociales de CALUSAC se debe a que carece de un departamento de comunicación que se encargue de gestionar la comunicación externa de la institución y la planificación de estrategias comunicacionales.

### **1.21 Indicadores de éxito**

- CALUSAC cuenta con sus redes sociales institucionales.
- Apoyo institucional.
- Trabajo a distancia.

### **1.22 Proyecto a desarrollar**

Fortalecimiento de la imagen institucional del Centro de Aprendizaje de Lenguas CALUSAC, desde las redes sociales *TikTok* e *Instagram*.



## Capítulo 2

### Plan de comunicación

#### 2.1 Plan estratégico de comunicación

Un plan de comunicación es una hoja de ruta donde se expresa la manera en que una empresa u organización va a comunicarse con su público, en este se constituye de forma clara los objetivos de comunicación que busca alcanzar, además simplifica un orden de las acciones y tareas que se ejecutaran mediante dos tipos de planes de comunicación, los cuales van dirigidos a públicos internos o externos.

Toda empresa u organización de naturaleza pública, privada o mixta requiere de un plan estratégico de comunicación para interactuar con el *target*, esta interacción necesita de una estrategia profesional que defina la estructura de dicho proceso con lógica, coherencia, propósito y efectividad, para el logro de aquellos retos que pueden ser: lanzar un producto o servicio, mejorar la imagen o ejecutar un proceso de transformación cultural (Saab, 2015).

#### 2.2 Misión

Fortalecer los canales de comunicación digitales para el Centro de Aprendizaje de Lenguas CALUSAC.

#### 2.3 Visión

Lograr un impacto comunicacional en las redes sociales de CALUSAC para incentivar a la población guatemalteca a estudiar o aprender un idioma nacional o extranjero.

#### 2.4 Elementos comunicacionales

Se reconoce por comunicación la acción de comunicar, de constituir una comunidad de interpretación con alguien. Al participar en un proceso de comunicación se comparten ideas, conceptos o actitudes. Por otro lado, la comunicación es un atributo de los seres humanos y que el hombre de alguna manera siempre tiene la necesidad de comunicarse con los semejantes y en el entorno (Molestina, 1970).



En un proceso de comunicación participan varios elementos que cumplen funciones y permiten el intercambio de información, siendo estos: emisor, receptor, canal, mensaje, código y contexto. Estos componentes brindan un valor que, de acuerdo a las circunstancias, posibilita mejorar o distorsionar la comunicación (Romero, 2020).

En el plan de comunicación Fortalecimiento de la imagen institucional del Centro de Aprendizaje de Lenguas CALUSAC, desde las redes sociales *TikTok* e *Instagram*, los elementos que influyen son: el emisor; docentes y estudiantes de CALUSAC y el receptor; alumnos de la Universidad de San Carlos de Guatemala y la población guatemalteca.

El mensaje, se compone por la información que se transmitirá a través del código que serán videos con logotipo, textos referentes y colores institucionales; los canales de comunicación para enviar los mensajes serán las plataformas digitales *TikTok* e *Instagram* de CALUSAC. La retroalimentación serán los comentarios y reacciones que puedan generar las publicaciones.

## **2.4.1 Comunicación organizacional**

Para los autores especializados en comunicación la definición de comunicación organizacional dependerá del enfoque bajo el que se vea el concepto. Se puede entender a la comunicación organizacional de tres maneras distintas: la primera, como un proceso social, porque es el conjunto de mensajes que intercambian entre sí los miembros de una institución, asimismo la comunicación con el público externo (Andrade, 2005).

La segunda como disciplina, la comunicación organizacional estudia cómo se desarrolla el proceso de la comunicación dentro de una organización, como fluye la comunicación ascendente, descendente y horizontal. Por último, como un conjunto de técnicas y actividades: elaborar un diagnóstico a la comunicación a la comunicación interna y externa para mejorar la fluidez de los mensajes entre los miembros de la organización y el entorno.

### **2.4.1.1 Comunicación interna**

Es la comunicación en la que participa el público interno de la empresa o sea los colaboradores. “En el caso de una empresa, está integrado por accionistas, directivos, empleados, contratistas, etc.” (Vértice, 2008, p. 6). Esta comunicación es de vital importancia debido a que mejora la





relación entre los trabajadores y departamentos de la organización, ayuda a mejorar la productividad de la entidad y contribuye a alcanzar los objetivos de la misma.

La comunicación interna cuenta con varias herramientas que fortalecen la información en la organización, entre estas se pueden mencionar: las reuniones, circulares, tablón de anuncios, desayunos productivos, videoconferencias, capacitaciones, buzón de sugerencias, incentivos laborales, eventos o actos empresariales. La comunicación interna puede producirse de manera formal e informal.

#### **2.4.1.2 Formal**

La comunicación formal se enfoca netamente en lo laboral, es una comunicación misma de la empresa, en ella establece los protocolos a seguir para comunicarse con el personal que labora en la institución, no importando el nivel jerárquico. En este tipo de comunicación el personal se comunica a través de canales oficiales, como: memorándum, correos electrónicos, manuales, actas o informes con la finalidad de brindar instrucciones en el tema laboral (Vértice, 2008).

#### **2.4.1.3 Informal**

Este tipo de comunicación se centra en el ámbito laboral pero no hace uso de canales oficiales de la organización. En ocasiones esta comunicación se da, cuando los integrantes de la empresa buscan transmitir algo de manera inmediata o en situaciones de emergencia., lo negativo es que surge información adicional de las acciones que ocurren en la empresa (Vértice, 2008).

#### **2.4.1.4 Comunicación externa**

Es la manera de cómo la empresa se comunica con el mundo que le rodea. Es el conjunto de mensajes emitidos por cualquier organización hacia sus diferentes públicos externos encaminados a mantener o mejorar las relaciones con ellos, a proyectar una imagen favorable o promover los productos o servicios mediante los canales externos. Los públicos externos la integran los clientes, proveedores, competidores, accionistas y medios de comunicación.

#### **2.4.2 Internet**

En 1969 internet dio los primeros pasos por medio de una agencia del Departamento de Defensa de los Estados Unidos con la finalidad de ofrecer opciones para que las personas se comunicarán



en caso de una guerra atómica. Después en 1972, se realizó la primera demostración pública de este sistema con el apoyo de varias universidades de California. El internet creció rápidamente en los años 90 y 2000, convirtiéndose una herramienta de apoyo en el ámbito empresarial y educativo.

### **2.4.2.1 Sitio web**

Una *website* es una colección de páginas web conectadas de diferente manera y que forman una unidad funcional y de sentido. Un sitio web requiere de una dirección en particular para que se pueda acceder a la información del mismo. Esta dirección es única y tiene relación con el nombre de la institución, además se encuentra disponible las 24 horas del día para todos los usuarios que tengan conexión a internet.

### **2.4.3 Redes sociales**

Las redes sociales son plataformas digitales integradas por comunidades de individuos con ocupaciones o intereses en común, como amistad, parentesco o laboral. Las redes sociales permiten comunicarse entre personas para intercambiar información. Las personas no necesitan conocerse antes de entrar en contacto por medio de una red social, este es uno de tantos beneficios que las comunidades virtuales ofrecen (Raffino, 2021).

#### **2.4.3.1 Facebook**

*Facebook*, se creó en 2004 por varios estudiantes liderado por Mark Zuckerberg, con la finalidad de crear un canal para que los alumnos de la Universidad de Harvard, Estados Unidos, se comunicarán, con el paso del tiempo *Facebook* tuvo aceptación en el ambiente estudiantil y fue ampliando el *target*, también la traducción en el internet a varios idiomas le permitió expandirse a todos los países del mundo, actualmente cuenta con más de 200 millones de usuarios.

#### **2.4.3.2 Instagram**

*Instagram*, es una red social creada en 2010 y revolucionó la manera de compartir fotografías en internet. Esta aplicación fue creada por Systrom y Krieger, informáticos apasionados por la fotografía, quienes vieron una oportunidad de la fotografía móvil a medida que las cámaras de los celulares iban mejorando (Gómez, 2020). En el 2020 *Instagram* decide implementar los *reels*, un formato que permite a los usuarios la creación de videos cortos de hasta 60 segundos.



### **2.4.3.3 TikTok**

En el 2017 nace *TikTok*, una aplicación desarrollada por ByteDance, una compañía de origen china creada por Zhang Yiming. *TikTok* es una red social basada en videos de hasta 3 minutos. La plataforma digital creció tan rápido que en el 2020 contaba con 800 millones de usuarios a nivel mundial, un 41% comprenden entre 16 a 24 años (Cardona, 2020). *TikTok* ofrece una segmentación precisa y un gran alcance orgánico que ayudará al éxito de cualquier estrategia de comunicación.

## **2.5 Alcances y límites de la estrategia**

### **2.5.1 Alcances**

- Estudiantes de la Universidad de San Carlos de Guatemala USAC.
- Alumnos de CALUSAC.
- Futuros estudiantes que opten por ingresar a CALUSAC.
- Población guatemalteca.

### **2.5.2 Limites**

- El presupuesto, actualmente CALUSAC, no cuenta con presupuesto para la ejecución de proyectos de comunicación.
- El periodo de tiempo es limitado.
- Participación de los docentes y estudiantes para la grabación del material audiovisual debido a la pandemia.
- No contar con retroalimentación del público objetivo.

## **2.6 Metodología para la aplicación de la estrategia comunicacional**

- Mostrar las propuestas a autoridades del Centro de Aprendizaje de Lenguas CALUSAC, para la aprobación.
- Selección de las propuestas: Aprender un idioma en CALUSAC es fácil que consisten en videos que promueven los cursos de idiomas.



- Redactar los guiones de las propuestas elegidas.
- Coordinar espacios virtuales para conocer las observaciones de los guiones.
- Producción del material audiovisual.
- Presentar los productos finales a las autoridades de CALUSAC.
- Entrega de los productos finales para la difusión a través de las redes sociales *TikTok* e *Instagram* de CALUSAC.

## **2.6.1 Objetivo general y específico**

### **2.6.1.1 Objetivo general**

Reforzar los canales de comunicación externos de CALUSAC.

### **2.6.1.2 Objetivos específicos**

- Fortalecer la imagen institucional del Centro de Aprendizaje de Lenguas CALUSAC a través de las redes sociales.
- Promover la prestación de servicios lingüísticos que brinda CALUSAC.
- Motivar a la población a aprender otros idiomas nacionales y extranjeros.

## **2.6.2 Acciones para conseguir los objetivos**

- Proponer a las autoridades de CALUSAC, la creación de videos que fortalezcan la imagen institucional a través de las plataformas digitales *TikTok* e *Instagram*.
- Publicar videos creativos sobre los idiomas que ofrece CALUSAC en la plataforma digital *TikTok* e *Instagram*.

## **2.6.3 Los indicadores para medir su cumplimiento**

En cuanto a los indicadores, permitirá evaluar o medir el alcance de los videos publicados en las redes sociales *TikTok* e *Instagram* a través de los comentarios negativos o positivos, reacciones y las veces que se compartirán.



Otro indicador que ayudará a medir el cumplimiento del proyecto será una reunión virtual con autoridades de CALUSAC para conversar y mostrar los datos estadísticos del alcance orgánico que se obtendrá con las publicaciones en *TikTok e Instagram*.

## 2.6.4 Los instrumentos

Tabla 12. Instrumentos

Actividad	Periodo de ejecución	Instrumento
Exponer las propuestas comunicacionales a autoridades de CALUSAC	12 al 13 de julio	Plataforma virtual
Redactar los guiones de los videos	14 al 16 de julio	Computadora
Coordinar reunión con autoridades de CALUSAC para conocer las observaciones	19 al 20 de julio	Plataforma virtual
Grabación de videos	21 al 23 de julio	Cámara de video, trípode, micrófono
Edición de videos	26 de julio al 30 de julio	Computadora, software de diseño
Presentación de los productos finales a autoridades de CALUSAC	2 al 5 de agosto	Plataforma virtual
Entrega de los productos finales.	6 de agosto	Plataforma virtual
Publicación de los videos en las redes sociales de la institución	9 al 27 de agosto	<i>TikTok e Instagram</i>

Fuente: elaboración propia.

## 2.6.5 Actividades para la operatividad de la estrategia

Con la finalidad de ejecutar el plan descrito, se dan a conocer estas propuestas:

### 2.6.5.1 Propuesta 1 – Aprender un idioma en CALUSAC es fácil, que consiste en 7 videos para publicar en la red social *TikTok*



Tabla 13. Actividades

Actividad	Descripción	Guion
Las vocales en idioma inglés.	Versión #1 Duración: 30 segundos. Formato: MP4 Cantidad: 01	¡Hola! Hoy aprenderemos a pronunciar correctamente las vocales en idioma inglés. A se dice ei E – i I – ai O – ou U – iu ¿Quieres dominar el inglés, inscríbete en CALUSAC, mayor información ingresa a triple w <a href="http://calusacusac.usac.edu.gt">calusacusac.usac.edu.gt</a> ?
Las partes del rostro en idioma francés.	Versión #2 Duración: 30 segundos. Formato: MP4 Cantidad: 01	¡Hola! Hoy aprenderemos a pronunciar las partes del rostro en idioma francés. Bouch se dice boca Lèvre labio Nez nariz l'Oeil ojo Sourcil ceja ¿Deseas aprender más sobre el idioma francés, visita triple w <a href="http://calusacusac.usac.edu.gt">calusacusac.usac.edu.gt</a> y entérate de las próximas fechas de inscripciones?
Los pronombres personales en idioma alemán.	Versión #3 Duración: 30 segundos. Formato: MP4 Tema: Los pronombres personales en idioma alemán. Cantidad: 01	¡Hola! Hoy aprenderemos a la pronunciación de los pronombres personales en idioma alemán. Yo – ich Tú – du El – er Ella – sie Ello – es Nosotros (as) – wir Ustedes - ihr ¿Quieres aprender más sobre el idioma alemán ¿Qué esperas? inscríbete en CALUSAC.
Días de la semana en	Versión #4 Duración: 30 segundos.	Hoy aprenderemos a pronunciar correctamente las los días de la semana en italiano.





---

idioma italiano.	Formato: MP4 Cantidad: 01	Lunes – lunedì Martes – martedì Miércoles – mercoledì Jueves – giovedì Viernes – venerdì Sábado – sabato Domingo – domenica Aprende más sobre el idioma alemán, inscribiéndote en los cursos de CALU.
------------------	------------------------------	--

---

Meses del año en idioma árabe.	Versión #5 Duración: 30 segundos. Formato: MP4 Cantidad: 01	¡Hola! Hoy aprenderemos a pronunciar correctamente los meses del año en árabe. Enero - iannaier Febrero – febraier Marzo – maris Abril – abril Mayo maaiu Junio – iunio Julio – iuliuu Agosto – agostos Septiembre – sibtambar Octubre – octubar Noviembre - nufambar Diciembre – disambar Descubre más del idioma árabe, estudiando en CALUSAC.
--------------------------------	--	--

---

Los colores en idioma portugués.	Versión #6 Duración: 30 segundos. Formato: MP4 Cantidad: 01	¡Hola! Hoy aprenderemos a los colores en idioma portugués. Rojo – vermelho Amarillo – amarelo Verde – verde Naranja – laranja Negro – preto Blanco – branco Te invitamos a conocer el idioma portugués, estudiando en CALUSAC. Visita nuestro sitio web para mayor información.
----------------------------------	--	---

---



Miembros de la familia en idioma Kaqchikel.	Versión #7 Duración: 30 segundos. Formato: MP4 Cantidad: 01 Te invito a descubrir este importante idioma Maya inscribiéndote en CALUSAC.	Hoy aprenderemos a pronunciar correctamente a los miembros de la familia en Kaqchikel. Mamá - te'ej Papá - ata'aj Abuela - ati't Abuelo - mama'aj Esposo - achuilom Esposa - ixjayilom Tío - ch'utitata'aj Tía - ch'utite'ej Te invito a descubrir este importante idioma Maya inscribiéndote en CALUSAC.
---	---	--

Fuente: elaboración propia

### 2.6.5.2 Propuesta 2 – Aprender un idioma en CALUSAC es fácil, que consiste en 6 videos para publicar en la red social *Instagram*

Tabla 14. Actividades

Actividad	Descripción	Guion
Las frutas en idioma Q'eqchi'.	Versión #1 Duración: 30 segundos. Formato: MP4 Cantidad: 01	Hoy te compartiré como se pronuncian las frutas en Q'eqchi'. Uva –t'usub Guayaba – pata Naranja – chin Jocote – rum Lima – llim Jocote – rum Te invito a descubrir este importante idioma Maya inscribiéndote en los cursos de CALUSAC.
Partes de la casa en idioma mandarín.	Versión #2 Duración: 30 segundos. Formato: MP4 Cantidad: 01	Hoy te compartiré la pronunciación de las partes una casa en mandarín. Sala – ké tǐng Cocina – chú fǎng Estudio – góng zuó shí Baño – yú shí Habitación fǎng jián Comedor - fǎnting Garage - chékú



---

		Aprende mandarín y otros idiomas en los cursos libres que te ofrece CALUSAC.
Medios de transporte en idioma japonés.	Versión #3 Duración: 30 segundos. Formato: MP4 . Cantidad: 01	Hoy te compartiré la pronunciación de los medios de transporte en japonés. Bicicleta – jitensha Motocicleta – ootobai Carro – kuruma Autobús – basu Te invito a aprender japonés en los cursos de CALUSAC, más información en las redes sociales
Lugares en la ciudad en idioma coreano.	Versión #4 Duración: 30 segundos. Formato: MP4 Cantidad: 01	Lugares en la ciudad en idioma coreano. Lavandería – setagso Salón de belleza – myongsil Mercado – sijang Supermercado – syupeamakes Restaurante de comida rápida – paese uteupudeujeom Farmacia – yaggug Zoológico – dongmul-won Quieres conocer más acerca del idioma coreano. Estudia en CALUSAC.
Verduras en idioma K'iche'.	Versión #5 Duración: 30 segundos. Formato: MP4 Cantidad: 01	Hoy te compartiré la pronunciación correcta de las verduras en K'iche' Aguacate – oj Apio – k'alraqan ichaj Coliflor – saqpo'richaj Papa – saq`wâch. Tomate - pix Zanahoria – Q'anichaj zanja Te invito a descubrir este importante idioma Maya inscribiéndote en los cursos de CALU.
Partes del cuerpo en idioma ruso.	Versión #6 Duración: 30 segundos. Formato: MP4 Cantidad: 01	Hoy te compartiré como se pronuncian las partes del cuerpo en ruso. Cabeza – ga-la-va Cuello – she-ya Hombro – plye-cho En ruso normalmente se usa la palabra pyka para nombrar mano o brazo.

---



Spi-na  
Na-ga

Fuente: elaboración propia

## 2.7 Financiamiento

CALUSAC no cuenta con una partida presupuestaria para financiar proyectos comunicacionales.

## 2.8 Presupuesto

Tabla 15. Presupuesto

Cantidad	Descripción	Costo unitario	Costo total
13	Multimedia (video 30 segundos)	Q300.00	Q 3,900.00
6	Publicaciones para <i>Instagram</i>	Q50.00	Q 300,00
7	Publicaciones para <i>TikTok</i>	Q50.00	Q350,00
	Asesoría en comunicación	Q6,000.00	Q6,000.00
	Total		Q10,550.00

Fuente: elaboración propia.

## 2.9 Beneficiarios

Tabla 161. Beneficiarios

Beneficiarios	Beneficios
Beneficiarios primarios El Centro de Aprendizaje de Lenguas, CALUSAC.	El beneficiario principal de este proyecto es la institución, con la creación de material audiovisual CALUSAC informará a través de <i>TikTok e Instagram</i> sobre el nivel académico de los profesores y los diferentes cursos de idiomas que ofrece.
Beneficios secundarios Población en general	Se incluye a futuros alumnos de CALUSAC. Al indagar en las redes sociales <i>TikTok e Instagram</i> de la institución, podrán encontrar información que los motive a estudiar un idioma nacional o extranjero en la entidad.

Fuente: elaboración propia.



## 2.10 Recursos humanos

José Rolando Samayoa Lara, anterior director de la Escuela de Ciencias Lingüísticas de la Universidad de San Carlos de Guatemala USAC.

Daniela Rocío Torres Alvarado, coordinadora del Proyecto Munijoven.

Luz María Ramos Estra/da, actual directora de la Escuela de Ciencias Lingüísticas de la Universidad de San Carlos de Guatemala USAC.

Nadia Marissa Pérez Gutiérrez, coordinadora de aprendizaje de lenguas de CALUSAC.

Estudiantes del nivel I del idioma inglés de la sede central de CALUSAC.

## 2.11 Área geográfica de acción

Edificio S13 de la Universidad de San Carlos de Guatemala, Ciudad Universitaria zona 12.

Se hará uso de las cuentas en redes sociales de *TikTok e Instagram* de CALUSAC para el desarrollo de la propuesta comunicacional.

## 2.12 Cuadro comparativo de la estrategia

Tabla 17. Cuadro comparativo

Actividad	Objetivos específicos	Presupuesto	Recurso humano	Área geográfica de impacto	Beneficiarios	Fecha de entrega
Propuesta 1. Aprender un idioma en CALUSAC es fácil. Creación de 7 videos	Incentivar a la población a que conozcan los cursos de idiomas que ofrece CALUSAC.	Q2,400.00	Epesista	Ciudad de Guatemala	Futuros estudiantes de CALUSAC y población en general.	Agosto 25



para

*TikTok.*

Propuesta 2.	Informar	Q 2,100.00	Epesista	Ciudad de	Futuros	Agosto
Aprender	sobre el			Guatemala.	estudiantes	25
un idioma	nivel				de	
en	académico				CALUSAC y	
CALUSAC	de los				población en	
es fácil.	docentes de				general.	
Creación de	CALUSAC.					
7 videos						
<i>Instagram.</i>						

Fuente: elaboración propia.

### 2.13 Cronograma del plan de comunicación

Descripción	Julio				Agosto					
	Semanas									
	1	2	3	4	1	2	3	4	5	
Presentación del proyecto.										
Redactar guiones de los videos.										
Conocer las observaciones de las autoridades de CALUSAC.										
Grabación de videos										
Edición de videos										
Presentación de los productos finales										
Entrega de los productos finales										
Publicación de los videos en <i>TikTok e Instagram</i>										

Fuente: elaboración propia.





## Capítulo 3

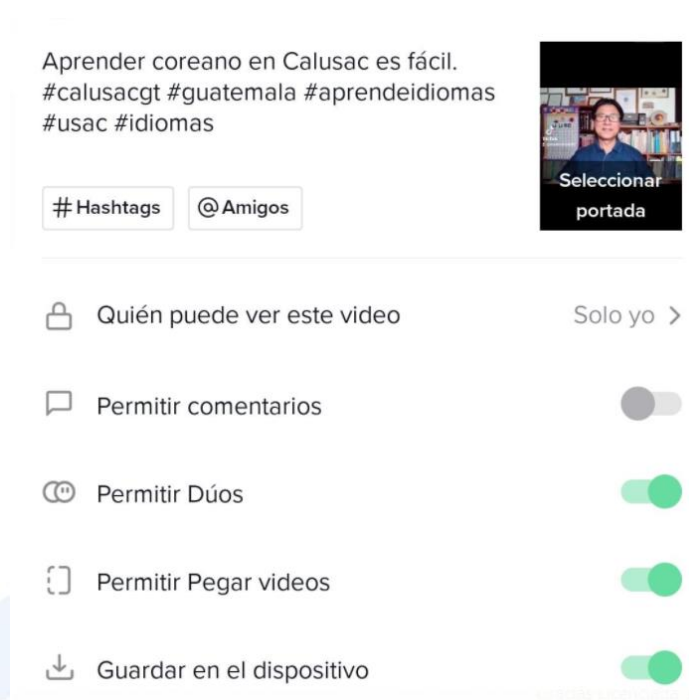
### Ejecución de la Estrategia

#### 3. Informe de la ejecución

##### 3.1 Ejecución 1: Aprender un idioma en CALUSAC es fácil, red social *TikTok*.

- Objetivo de la Actividad: Fortalecer la comunicación externa de CALUSAC, permitir que los futuros alumnos y población en general conozcan los cursos de idiomas que ofrece la institución.
- Medio Utilizado: Red social *TikTok*.
- Área geográfica de impacto: Ciudad de Guatemala, Centro de Aprendizaje de Lenguas, CALUSAC.
- Presupuesto: Q2,400.00.

#### Comprobación del Material





Link *Google Drive*:

[https://drive.google.com/drive/folders/14nkZPfoQYTVsn13YTa\\_FA3GHUAbMAr11?usp=sharing](https://drive.google.com/drive/folders/14nkZPfoQYTVsn13YTa_FA3GHUAbMAr11?usp=sharing)



### 3.2 Ejecución 2: Aprender un idioma en CALUSAC es fácil, red social *Instagram*.

- Objetivo de la Actividad: Fortalecer la comunicación externa de CALUSAC, permitir que los futuros alumnos y población en general conozcan los cursos de idiomas que ofrece la institución.
- Medio Utilizado: Red social *Instagram*.
- Área geográfica de impacto: Ciudad de Guatemala, Centro de Aprendizaje de Lenguas, CALUSAC.
- Presupuesto: Q2,100.00.

#### Comprobación del Material





Link *Google Drive*:

[https://drive.google.com/drive/folders/14nkZPfoQYTVsn13YTa\\_FA3GHUAbMAr11?usp=sharing](https://drive.google.com/drive/folders/14nkZPfoQYTVsn13YTa_FA3GHUAbMAr11?usp=sharing)



### 3.3 Actividades y calendarización

CRONOGRAMA DE TODAS LAS ACTIVIDADES																
No.	Actividad	MESES														
		Marzo					Abril					Mayo				
	Descripción	S1	S2	S3	S4	S5	S1	S2	S3	S4	S5	S1	S2	S3	S4	S5
1	Conferencia primera fase Diagnóstico de Comunicación.															
2	Elaboración de la Evaluación Diagnóstica de Comunicación.															
3	Conferencia segunda fase Plan Estratégico de Comunicación.															
4	Elaboración y entrega de plan estratégico de comunicación.															
5	Supervisión en institución.															
6	Conferencia tercera fase Ejecución Plan Estratégico de Comunicación.															
7	Elaboración y entrega de tercera fase, Ejecución del Plan Estratégico de Comunicación.															
8	Presentación del proyecto a autoridades de CALUSAC.															
9	Redacción de los guiones de los videos.															
10	Grabación de videos.															
11	Edición de videos.															
12	Presentación de los productos finales.															
13	publicación de los videos en redes sociales.															
14	Evaluación final (privados).															
15	Entrega de informe digital y escrito con copias de correo de entrega a bibliotecas, según Normativo.															
16	Finalización del EPS de Licenciatura.															
17	Graduación.															



<b>CRONOGRAMA DE TODAS LAS ACTIVIDADES</b>																
<b>No.</b>	<b>Actividad</b>	<b>MESES</b>														
		<b>Junio</b>					<b>Julio</b>					<b>Agosto</b>				
		S1	S2	S3	S4	S5	S1	S2	S3	S4	S5	S1	S2	S3	S4	S5
1	Conferencia primera fase Diagnóstico de Comunicación.															
2	Elaboración de la Evaluación Diagnóstica de Comunicación.															
3	Conferencia segunda fase Plan Estratégico de Comunicación.															
4	Elaboración y entrega de plan estratégico de comunicación.															
5	Supervisión en institución.															
6	Conferencia tercera fase Ejecución Plan Estratégico de Comunicación.															
7	Elaboración y entrega de tercera fase, Ejecución del Plan Estratégico de Comunicación.															
8	Presentación del proyecto a autoridades de CALUSAC.															
9	Redacción de los guiones de los videos.															
10	Grabación de videos.															
11	Edición de videos.															
12	Presentación de los productos finales.															
13	publicación de los videos en redes sociales.															
14	Evaluación final (privados).															
15	Entrega de informe digital y escrito con copias de correo de entrega a bibliotecas, según Normativo.															
16	Finalización del EPS de Licenciatura.															
17	Graduación.															





<b>CRONOGRAMA DE TODAS LAS ACTIVIDADES</b>																
<b>No.</b>	<b>Actividad</b>	<b>MESES</b>														
		<b>Septiembre</b>					<b>Octubre</b>				<b>Noviembre</b>					
	<b>Descripción</b>	<b>S1</b>	<b>S2</b>	<b>S3</b>	<b>S4</b>	<b>S5</b>	<b>S1</b>	<b>S2</b>	<b>S3</b>	<b>S4</b>	<b>S1</b>	<b>S2</b>	<b>S3</b>	<b>S4</b>	<b>S5</b>	
1	Conferencia primera fase Diagnóstico de Comunicación.															
2	Elaboración de la Evaluación Diagnóstica de Comunicación.															
3	Conferencia segunda fase Plan Estratégico de Comunicación.															
4	Elaboración y entrega de plan estratégico de comunicación.															
5	Supervisión en institución.															
6	Conferencia tercera fase Ejecución Plan Estratégico de Comunicación.															
7	Elaboración y entrega de tercera fase, Ejecución del Plan Estratégico de Comunicación.															
8	Presentación del proyecto a autoridades de CALUSAC.															
9	Redacción de los guiones de los videos.															
10	Grabación de videos.															
11	Edición de videos.															
12	Presentación de los productos finales.															
13	Publicación de los videos en redes sociales.															
14	Evaluación final (privados).															
15	Entrega de informe digital y escrito con copias de correo de entrega a bibliotecas, según Normativo.															
16	Finalización del EPS de Licenciatura.															
17	Graduación.															



## Conclusiones

Después de haber recabado la información a través de un diagnóstico de comunicación mediante una metodología con enfoque mixto se logró identificar debilidades en las cuentas institucionales de CALUSAC en las redes sociales *TikTok e Instagram*, por lo tanto se propuso una estrategia para el fortalecimiento durante el desarrollo del Ejercicio Profesional Supervisado de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala, USAC.

Se logró identificar que un 52% de los estudiantes, busca información de CALUSAC por otros canales de comunicación, dejando a un lado la cuenta de *Facebook* y el sitio *web* de la institución. Además un 66% de los alumnos poseen una edad de 18 a 24 años, pertenecientes a la Generación *Z* y *Millenials*. Basados en estos datos, se decide activar la cuenta de *TikTok* de CALUSAC con la publicación de videos, debido al perfil de edad de la aplicación y el algoritmo, con la finalidad de promover los cursos de los diferentes idiomas que ofrece el centro de estudios.

Luego de analizar la cuenta de CALUSAC en la red social *Instagram*, se verificó que no se actualiza constantemente porque la institución no posee un departamento de comunicación que norme el diseño y planificación de estrategias para incentivar a los futuros alumnos y población en general a estudiar idiomas vernáculos o extranjeros, por lo que se crearon *reels* en *Instagram*, que evidencian la facilidad de aprender en CALUSAC y de esta manera motivar al público objetivo de la organización a interesarse por estudiar un idioma.

De acuerdo con lo observado se concluye que en el proceso de comunicación externa en CALUSAC, intervienen: el emisor que es la institución, los receptores es el público en general y alumnos. Los diferentes canales que utiliza son: la página *web* <http://calusacusac.usac.edu.gt/>, cuenta en red social *Facebook* con 84 mil fans e *Instagram* con 4 mil seguidores, por lo tanto, se procedió a fortalecer estas redes sociales institucionales.



## Recomendaciones

Las autoridades del Centro de Aprendizaje de Lenguas CALUSAC, deben estudiar la creación de un departamento de comunicación y la contratación de una persona profesional en el área, para planificar, dirigir, administrar y supervisar las actividades comunicacionales de la institución, así como la actualización constante de las diferentes cuentas institucionales en redes sociales con el objetivo de mejorar la imagen institucional e incentivar a la población guatemalteca a aprender un idioma vernáculo o extranjero.

Es recomendable conocer las características del *target* de las redes institucionales de CALUSAC, para definir un perfil del público externo a los que se dirijan los mensajes, tomando en cuenta aspectos como la edad, sexo y ubicación geográfica y que no todas las personas poseen cuentas en las diferentes redes sociales, de esta manera continuar promoviendo los servicios que presta la institución.

Es importante que CALUSAC asigne recursos para la compra de equipo y programas que permitan la producción y edición de materiales audiovisuales, además de la capacitación del personal sobre el uso de una misma línea gráfica para mostrar la presencia visual de la institución a través de las plataformas digitales de una manera atractiva y fácil de recordar para el público externo.



## Referencias

- CALUSAC Centro de Aprendizaje de Lenguas (2006) *Manual de organización escuela lingüística*. Guatemala. CALUSAC.
- Díaz, L. (1986). *Análisis y planteamiento*. Costa Rica: Universidad Estatal a Distancia.
- Díaz, L. (2011). *La Observación*. México: UNAM.
- Gómez, L. (2020). *Dominio del marketing en Instagram*. España: Park Publishing House.
- Heinemann, K. (2003). *Introducción a la metodología de la investigación empírica*. Barcelona, España: Paitodribo.
- Hernández, R. (2000). *La investigación en la comunicación organizacional*. Guatemala: Universidad Rafael Landívar.
- Huerta, D. S. (2000). *Análisis Foda*. Madrid: Bubok Publishing.
- Jiménez, L. F. (2020). *Diagnóstico y Estrategia de Comunicación Externa para la*. Guatemala: ECC USAC.
- Jiménez, L. (2020). *Diagnóstico y Estrategia de Comunicación externa para la implementación de canales de comunicación digitales para Centro de Aprendizaje de Lenguas CALUSAC*. Guatemala.
- Lara, A. (2006). *Portal Web y Campaña de divulgación del Centro de Aprendizaje de Lenguas de la Unviersidad de San Carlos de Guatemala*. [Tesis de licenciatura] Universidad de San Carlos de Guatemala. Guatemala.
- Matilla, K. (2008). *Los modelos de planificación estratégica en la teoría de las Relaciones Públicas*. España: Carrera Edición S.L.
- Molestina, C. (1970). *Algunos conceptos sobre comunicación y crecimiento demográfico*. Guatemala.
- Morales, R. d. (2014). *Informe final del trabajo de investigación perfil del estudiante de los idiomas de alemán, francés e italiano del curso uno de la jornada matutina del CALUSAC, sede*



central, Proyecto de Desarrollo Institucional PLP, USAC, Escuela de Ciencias Lingüísticas. Guatemala.

Piloña, G. (2011). *Guía Práctica sobre Métodos y Técnicas de Investigación Documental y de Campo*. Guatemala: GP Editores.

Ramirez, K. (2021). *Normas APA*. Guatemala , Guatemala .

Saab, A. (2015). *El plan estratégico de comunicación, método y recomendaciones prácticas para su elaboración* . España: UOC.

Salazar, A. (2016). *Diagnóstico y estrategia de comunicación organizacional interna y externa del Centro de Aprendizaje de Lenguas de la Universidad de San Carlos De Guatemala CALUSAC*. Guatemala: USAC ECC.

Sampieri, R. (2014). *Metodología de la investigación* . México: McGraw-Hill

Ventimilla, C. (2017). *El pensamiento efectivo*. México: Sextil Online.

Vértice. (2008). *Dirección y gestión de empresas*. España

## E grafía

Ayala, M. (2020). Elementos de la comunicación. *Lidefer*. Obtenido de <https://www.lifeder.com/ejemplos-elementos-comunicacion/>

CALUSAC Centro de Aprendizaje de Lenguas (2021) *Información*. Obtenido de <http://calusacusac.usac.edu.gt/index.php/infousac-2020/>

Cardona, L. (2020). *Cyberclick*. Obtenido de <https://www.cyberclick.es/que-es/tik-tok-red-social>

Caro, L. (2021). 7 técnicas e Instrumentos para la Recolección de Datos. *Lidefer*. Obtenido de <https://www.lifeder.com/tecnicas-instrumentos-recoleccion-datos/>

González, G. (2020). Investigación documental: características, estructura, etapas, tipos, ejemplos. *Lidefer*. Obtenido de <https://www.lifeder.com/investigacion-documental/>



Jervis, T. (2020). Investigación descriptiva: características, técnicas, ejemplos. *Lidefer*. Obtenido de <https://www.lifeder.com/investigacion-descriptiva/>

Pacheco, J. (2019). ¿Qué es una entrevista a profundidad? *Web y empresas*. Obtenido de <https://www.webyempresas.com/entrevista-a-profundidad/>

Raffino, M. (2021). Redes sociales. *Concepto.de*. Obtenido de <https://concepto.de/redes-sociales/>

Solís, L. (2020). ¿Cómo se escoge el enfoque de una investigación? *Investigalia*. Obtenido de <https://investigaliacr.com/investigacion/como-se-escoge-el-enfoque-de-una-investigacion>





## Anexos

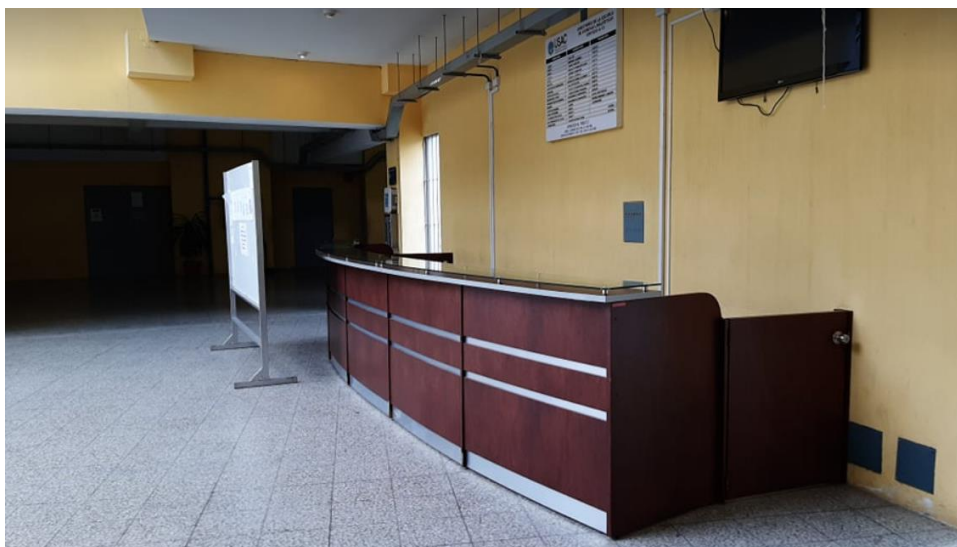
### Anexo 1. Fotografías de CALUSAC

**Figura 11.** Fotografía del edificio S13 de la USAC donde se ubica CALUSAC



Fuente: captura tomada por el estudiante de EPSL.

**Figura 12.** Fotografía de la recepción de CALUSAC en el edificio S13

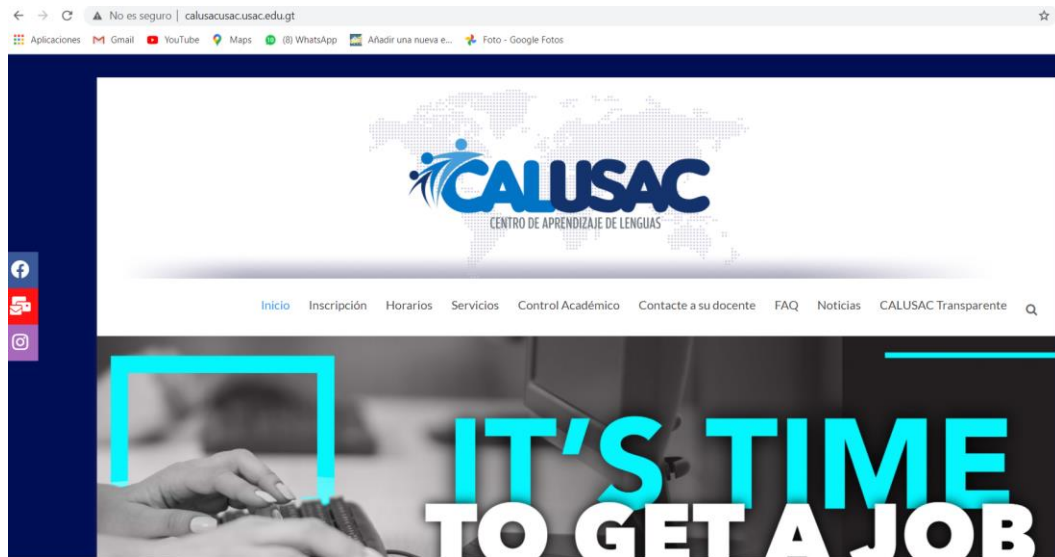


Fuente: captura tomada por el estudiante de EPSL.



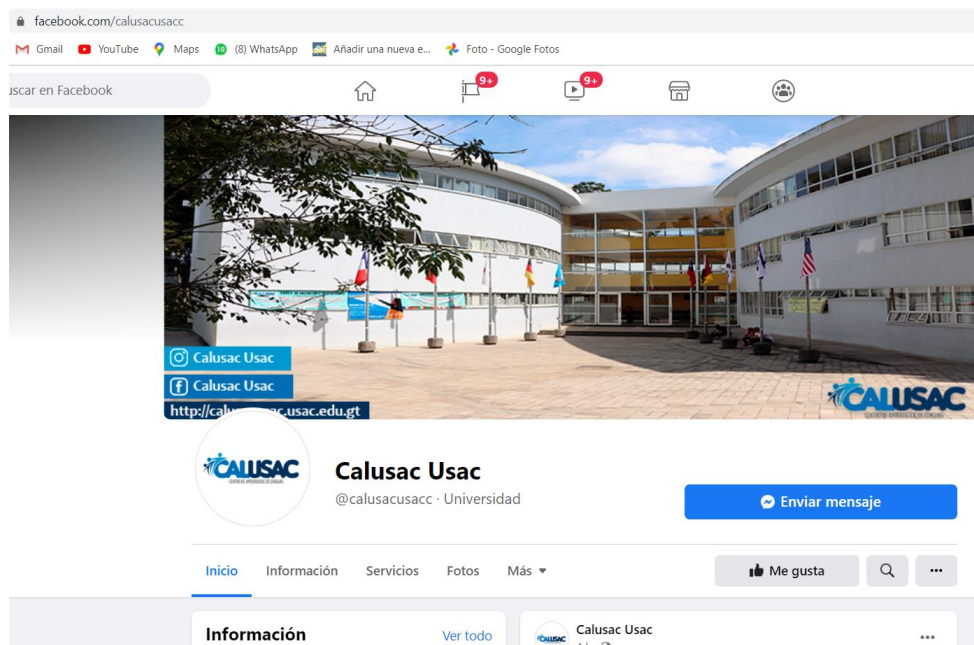
## Anexo 2. Fotografías de los sitios electrónicos de CALUSAC

**Figura 13.** Fotografía del sitio web de CALUSAC



Fuente: captura tomada por el estudiante de EPSL.

**Figura 14.** Fotografía de la red social *Facebook* de CALUSAC



Fuente: captura tomada por el estudiante de EPSL.

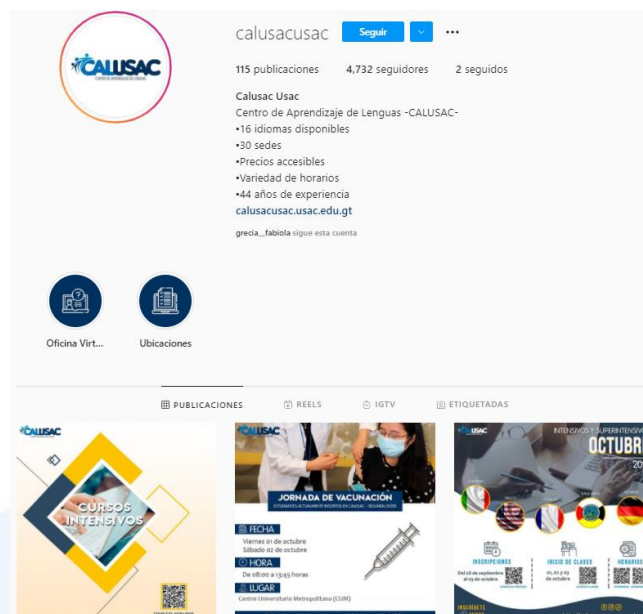


Figura 15. Fotografía de la red social *TikTok* de CALUSAC



Fuente: captura tomada por el estudiante de EPSL.

Figura 16. Fotografía de la red social *Instagram* de CALUSAC



Fuente: captura tomada por el estudiante de EPSL.



Anexo 3. Guía de encuesta



Universidad de San Carlos de Guatemala



Escuela de Ciencias de la Comunicación

Encuesta diagnóstico de comunicación externa

Entrevistador: Israel Méndez

Por favor dedique unos minutos para responder esta encuesta. La información que proporcionará será útil para analizar la comunicación externa del Centro de Aprendizaje de Lenguas –CALUSAC–

Preguntas

1. ¿Cuál es su género?

Masculino

Femenino

2. ¿Cuál es su edad?

Menor de 18

25-34

25-34

35-44

45-54

55-64

Mayor de 65



3. ¿Por qué medio se enteró de Calusac?

Facebook

Instagram

Sitio web

Otro

4. Cuando se comunicó a Calusac, ¿Cómo fue la atención?

Buena

Regular

Mala

5. Cuando tiene dudas, ¿Qué medio utiliza para comunicarse a Calusac?

Profesor

Facebook

Sitio web

E-mail

Teléfono

6. ¿Considera que el medio que utiliza para comunicarse a Calusac es efectivo?

Si

No

7. ¿Cómo ha sido la comunicación con su profesor?

Buena

Regular

Mala





8. ¿Cómo califica la plataforma que utiliza Calusac para impartir las clases online?

Buena

Regular

Mala

9. ¿Considera que su docente posee los conocimientos necesarios sobre el funcionamiento de la plataforma que utiliza Calusac para impartir clases online?

Si

No





#### Anexo 4. Guía de observación



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



#### Guía de Observación

**Observador:** Israel Méndez

**Objetivo:** Observar y analizar el ambiente y alrededores del Centro de Aprendizaje de Lenguas -CALUSAC-, sede central.

ASPECTOS	CATEGORIAS	
	SI	NO
<b>EDIFICIO</b>		
<u>Señalética</u>	X	
Directorio	X	
Buzón		X
Pizarra	X	
Señalización Covid-19		X
<b>TRABAJADORES</b>		
Uniforme del personal	X	
Identificación del personal	X	
<b>COMUNICACION INTERNA</b>		
Departamento de comunicación		X
Manual de marca	X	
<b>COMUNICACION EXTERNA</b>		
Facebook	X	
<u>Twitter</u>	X	
<u>Instagram</u>	X	
Página Web	X	



## Anexo 5. Guía de entrevista



Universidad de San Carlos de Guatemala

Escuela de Ciencias de la Comunicación

Entrevista diagnóstico de comunicación externa



**Entrevistador:** Israel Méndez

**Objetivo:** Identificar las necesidades en la comunicación externa del Centro de Aprendizaje de Lenguas CALUSAC.

**Entrevistada:** Licenciada Daniela Rocío Torres Alvarado, coordinadora del Proyecto Munijoven.

### Preguntas

1. ¿Por qué no poseen un departamento de comunicación?
2. ¿Cuáles son las redes sociales en las que tiene presencia CALUSAC?
3. ¿Cuáles son las redes sociales que actualizan constantemente?
4. ¿Cómo promocionan los cursos que brinda CALUSAC a través de las redes sociales?
5. ¿Qué otros canales de comunicación externa posee la institución?



Anexo 6. Cotizaciones

Cotización 1



## SISTECH

Publicidad • Mercadeo • Comunicación Estratégica

Km. 36.3 Carretera a San Raymundo  
 Lote 49, Aldea Comunidad de Ruiz, San Juan Sacatepéquez, Guatemala  
 ☎ 4616-3482 / 5522-3315 / 📠 6630-2050

COTIZACIÓN "A"

No. 01089

DÍA / MES / AÑO

23 / 07 / 2021

✉ creatividad5@gmail.com  
 creatividad22@gmail.com

EMPRESA:  TEL:

ATENCIÓN A:  CARGO:

DIRECCIÓN:

CANT	DESCRIPCIÓN	VALOR UNIT	VALOR TOTAL
13	Grabación y Edición de videos educativos. 30 segundos maximo C/V.	Q 500.00	Q 6,500.00

FORMA DE PAGO: 50% Anticipo  
resto contra entrega

TIEMPO DE ENTREGA: 10 días Hábiles  
despues de aprobado el diseño

**TOTAL** Q. 6,500.00

- Esta cotización tiene vigencia 10 días.  
 - Guión Sujeto a derechos de Autor

F. \_\_\_\_\_  
 Cliente Autorización

Fuente: elaboración propia



## Cotización 2



# Fundamental Estudio Gráfico

Guatemala 15 de Julio 2021

CALUSAC  
Sres. CALUSAC  
Presente.

Reciba un cordial saludo y lo mejor de mis deseos para las labores que desempeñan. Adjunto encontrara descripción y cotización solicitada.

Cantidad	Descripción	Precio	P. Total
13	Videos Educativos, de 30 segundos. Edición y Guión. Story Board.	Q. 1200.00	Q.15,600.00

# Fundamental Estudio Gráfico

Costo Total Q. Q. 15,600.00

Modo de Pago.  
50% anticipo. 50% Contra entrega.

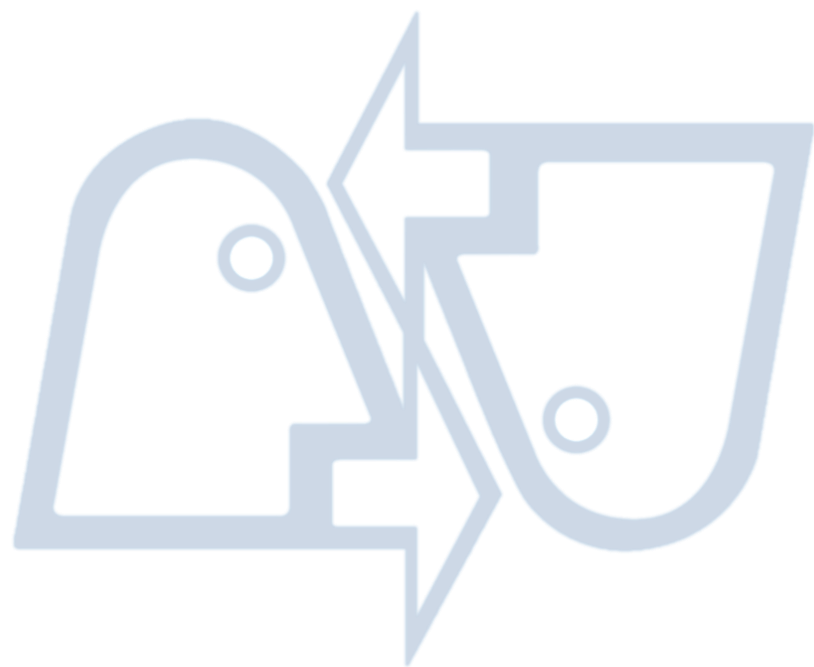
Atentamente,

Carlos Portales  
Asesor de Ventas.  
Celular: 5764-9205  
[fundamentalestudio@gmail.com](mailto:fundamentalestudio@gmail.com)  
[carlosportales@gmail.com](mailto:carlosportales@gmail.com)

2da. Calle A 14-36 Zona 4 de Mixco. Colonia Monte Real. Tel. (502)5764 9205



Fuente: elaboración propia.



# Comunicación

*creando futuro*