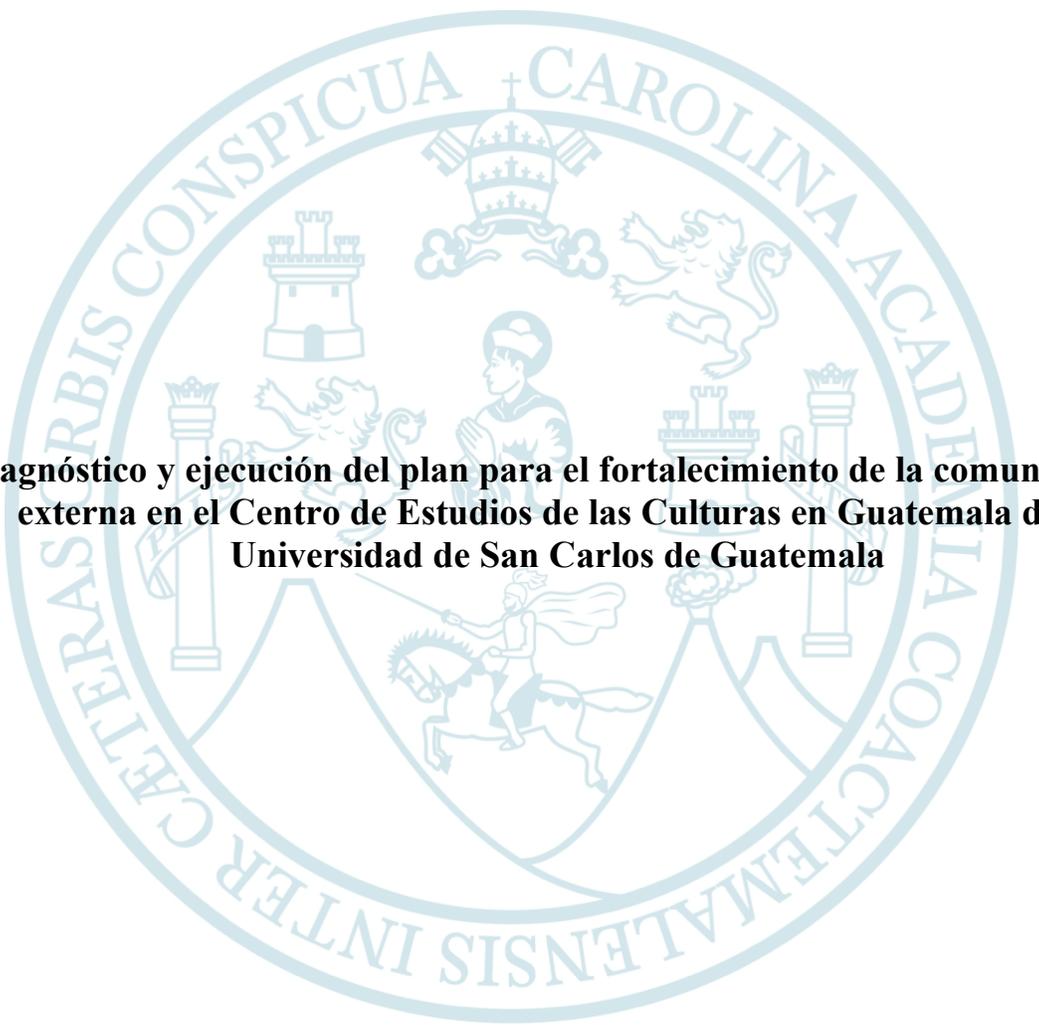


Universidad de San Carlos de Guatemala

Escuela de Ciencias de la Comunicación

Ejercicio Profesional Supervisado

The seal of the University of San Carlos of Guatemala is a large, light blue circular emblem. It features a central shield with a figure on horseback, a crown, and other heraldic symbols. The Latin motto "CAROLINA ACADÉMIA COACTEMALENSIS INTER CÆTERAS CONSPICUA" is inscribed around the perimeter of the seal.

**Diagnóstico y ejecución del plan para el fortalecimiento de la comunicación
externa en el Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala de la
Universidad de San Carlos de Guatemala**

José Israel Pinto Aldana

Licenciado en Ciencias de la Comunicación

Guatemala, octubre 2022

Universidad de San Carlos de Guatemala

Escuela de Ciencias de la Comunicación

Ejercicio Profesional Supervisado

**Diagnóstico y ejecución del plan para el fortalecimiento de la comunicación
externa en el Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala de la
Universidad de San Carlos de Guatemala**

José Israel Pinto Aldana

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

Asesora:
M.A. Evelin Morazán Gaitán

Guatemala, octubre 2022

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

Director

Lic. César Augusto Paiz Fernández

Consejo Directivo

Representantes Docentes

Dr. Marco Julio Ochoa España
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

M.A. Luis Pedroza Gaytán

Supervisoras

M.A. Evelin Morazán Gaitán
M.A. Evelin Hernández
Lcda. Krista María Ramírez
Lcda. Brenda Yanira Chacón

Supervisores

M.A. Marvin Sarmientos Yuman
M.A. Edgar Martínez García
Lic. Mynor René Martínez y
Lic. Luis Fernando Lucero



Guatemala, octubre 17 de 2022

EPSLG4.01

Estudiante de EPS de Licenciatura

José Israel Pinto Aldana

Carné 200811522

Presente.

Para su conocimiento y efectos se hace constar que:

Luego de evaluado su trabajo académico impreso y de manera virtual titulado: **“Diagnóstico y ejecución del plan para el fortalecimiento de la comunicación externa en el Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala de la Universidad de San Carlos de Guatemala.”**, y de haber sustentado el examen privado y defensa de su proyecto de EPS, de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, se aprueba por unanimidad por parte del tribunal examinador.

Por tanto, se autoriza el trabajo final en el acta de cierre respectiva y su entrega de forma digital en un total de (6) ejemplares en CD's con el documento incluido en formato PDF, los cuales deberá entregar una copia a la Institución o Empresa donde realizó su EPS, un CD a la Biblioteca Central, una copia para su trámite de colegiado y el resto a la coordinación de EPS de Licenciatura para posteriormente ser entregados, Biblioteca Flavio Herrera y Secretaría de la ECC.

Sin más que hacer constar:

“ID Y ENSEÑAD A TODOS”



M.A Luis Arturo Pedroza Gaytán
Coordinador

M.A. Evelin Morazán Gaitán
Supervisora

Escuela de Ciencias de la Comunicación
Edificio M2, Ciudad Universitaria U
Zona 12, Ciudad de Guatemala,
www.comunicacion.usac.ec

(502) 2418-8





Guatemala, 21 de febrero 2022

EPSL-2022

Ing. Arg. Mario Antonio Godínez López
Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala
Universidad de San Carlos de Guatemala

Reciba un cordial saludo por parte de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

A través de la presente se extiende la solicitud para autorizar el Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación del/la estudiante: **José Israel Pinto Aldana** con número de registro académico **200811522** y Carné **1577875830101** quien manifestó el deseo de realizar su práctica profesional en su prestigiosa institución y para tal efecto se requiere lo siguiente:

- a. Extender una carta de aceptación en papel membretado, firmado y sellado.
- b. Proporcionar apoyo al/la estudiante en lo referente a proveer información y autorización para actividades propias del programa.
- c. Asignar a un representante que labore en la empresa/institución como responsable directo del/la estudiante practicante.
- d. Brindar al estudiante la apertura que le permita desarrollar cada una de las fases del EPS de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación (Diagnóstico, Plan y Ejecución de un proyecto de comunicación).
- e. Autorizar que el/la estudiante incluya toda la información que se derive del presente Ejercicio Profesional Supervisado a través de un documento de informe final (IFEPS) el cual será publicado en las instancias que corresponde (Bibliotecas de la Universidad de San Carlos de Guatemala, Biblioteca de la Escuela de Ciencias de la Comunicación "Flavio Herrera", colegio de Humanidades, así como una copia interna en la Coordinación del EPS de Licenciatura).
- f. Autorizar que se supervise la práctica profesional por parte de los docentes supervisores.
- g. Garantizar, para el resguardo del/la estudiante, el cumplimiento de las normas sanitarias correspondientes a la actual pandemia covid-19.

Atentamente,

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"



M.A. Luis Pedroza

Coordinador EPS de Licenciatura

Cel. 42178224 / 55028866

Copia estudiante / supervisor

Escuela de Ciencias de la Comunicación
Edificio M2, Ciudad Universitaria USAC
Zona 12, Ciudad de Guatemala, C.A.

www.comunicacion.usac.edu.gt

(502) 2418-8920





USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala



DG Dirección General
de Investigación
Universidad de San Carlos de Guatemala



Guatemala, 1 de marzo de 2022
REF.CECEGD/049/2022

Maestro
Luis Pedroza
Coordinador EPS de Licenciatura
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Universidad de San Carlos de Guatemala
Ciudad

Maestro Pedroza:

Con saludos atentos me dirijo a usted en respuesta al oficio con referencia EPSL-2022 de fecha 21 de febrero de 2022.

Es grato informar que hemos autorizado a **José Israel Pinto Aldana**, quien se identifica con número de carné 1577875830101 y Registro Académico 200811522, estudiante de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, la realización del ejercicio profesional supervisado.

Brindaremos el apoyo necesario para que se desarrolle en cada una de las fases del EPS durante el tiempo que está establecido por parte de la Universidad de San Carlos de Guatemala en sistema híbrido.

Atentamente,

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"



Ing. Agr. Mario Antonio Godínez López
Director del Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala
CECEG-DIGI-USAC

SC
Archivo

Avenida Reforma, 0-09, Zona 10
Teléfonos: 2331 9171 / 2360 9352
Horario: 7:30 / 15:30 horas
www.ceceg.usac.edu.gt

The bottom of the page features a decorative graphic consisting of several overlapping, semi-transparent blue shapes. These shapes form a series of peaks and valleys, resembling a stylized roofline or a series of connected triangles. The colors range from a light, pale blue to a slightly darker, medium blue. The overall effect is a modern, minimalist design element.

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



DEDICATORIA

- **Dedicado a Dios:**

Por ser el centro de mi vida, por acompañarme durante todas las etapas de mi vida y permitirme culminar esta meta.

- **Dedicado a mi esposa:**

Cristy Susana García López, por ser ese apoyo incondicional, por la comprensión y paciencia que tuviste durante todo este período de trabajo. Agradezco a Dios por cruzar nuestros caminos y que seas parte de mi vida y de mis metas.

- **Dedicado a mis hijos:**

Mateo José Pinto García y Mariam del Pilar Pinto García, que son la fuerza motora y la inspiración de mi vida. Este trabajo es el esfuerzo diario de ser un buen ejemplo para ambos.

- **Dedicado a mis padres:**

Carlos Pinto y Sandra Aldana de Pinto, por ser los guías de mi vida, por estar siempre que los necesito, por brindarme ese apoyo incondicional, por todo su amor, dedicación y sacrificio en todo momento. Les estoy totalmente agradecido por sus regaños y consejos que sin ellos no podría dar este fruto de su gran trabajo. Soy un hijo afortunado de que Dios me haya colocado en sus caminos, los amo.

- **A mis hermanos y hermanas:**

A cada uno en especial les estoy totalmente agradecido por motivarme a seguir y no conformarme, gracias por su apoyo incondicional.

- **A mis abuelos:**

Gracias por que siempre estuvieron para apoyarnos y motivarnos a seguir con nuestros estudios, siendo un gran ejemplo de superación, humildad, amor, trabajadores y honradez. Un beso enorme al cielo. (QDPE).

- **Al grupo de WhatsApp EPSL 2022**

A pesar de no conocernos, se creó una gran amistad, gracias por su apoyo durante todo este proceso.



AGRADECIMIENTOS

A la **Universidad de San Carlos de Guatemala**, por abrirme las puertas y formarme profesionalmente durante este tiempo de estudios.

A la **Escuela de Ciencias de la Comunicación**, por darme la oportunidad de estar dentro de sus aulas y llenarme de su conocimiento a través de cada docente. Por ser el espacio físico en donde me forme académicamente.

Al programa de **Ejercicio Profesional Supervisado EPS**, por aceptarme dentro del programa, por el apoyo y guía en este proceso. Gracias a ello y a todos los involucrados en este programa es posible lograr esta meta.

Al **Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala (CECEG)**, por tener la confianza en este proyecto de EPS y brindar todo su apoyo para poder lograr lo propuesto en este trabajo profesional.

A todos los **investigadores y colaboradores**, que en todo momento estuvieron dispuestos a colaborar con información, grabaciones de video, entrevistas y capacitaciones. Todo esto se refleja en este trabajo realizado para el beneficio del centro.

A la **Máster Evelin Morazán**, por toda su atención, por velar por todos nuestros proyectos, por ser no solo nuestra asesora, sino que también ser nuestra compañera y guía para poder culminar con éxito este trabajo.

Agradezco a **Tecni-Tornillos Pinto**, por haberme brindado las facilidades de horarios, para poder realizar este trabajo de ejercicio profesional supervisado. Parte de este proyecto se ha podido llevar a cabo por el apoyo para con mi persona.



Índice de contenidos

Índice de tablas.....	i
Índice de figuras.....	ii
Introducción.....	iii
Justificación.....	iv
Antecedentes.....	v
Capítulo 1.....	1
Diagnóstico de Comunicación	1
1.1 La Institución.....	1
1.2 Perfil Institucional.....	1
1.3 Ubicación geográfica	1
1.4 Origen e Historia.....	2
1.5 Integración y Alianzas Estratégicas.....	4
1.6 Departamentos o dependencias de la institución.....	5
1.7 Organigrama de la Empresa	7
1.8 Misión	8
1.9 Visión.....	8
1.10 Objetivos institucionales	8
1.11 Público Objetivo:.....	8
1.12 Diagnóstico.....	8
1.12.1 Pregunta de investigación.....	9
1.12.2 Objetivo General.....	9
1.12.3 Objetivos específicos.....	9
1.13 Metodología.....	9
1.13.1 Descripción del método.....	10
1.13.2 Técnicas e instrumentos de recolección	10
1.14 FODA comunicacional.....	32
1.15 Problemas Detectados:.....	34
1.16 Planteamiento del problema comunicacional.....	34
1.17 Indicadores de Éxito.....	34
1.18 Límites y Alcances de la investigación.....	35
1.19 Cronograma del diagnóstico:.....	35
1.20 Proyecto a desarrollar.....	36
Capítulo 2.....	37
Plan estratégico de comunicación	37
2.1 Plan de comunicación	37



2.2 Elementos comunicacionales.....	38
2.2.1 Comunicación organizacional.....	39
2.2.2 Comunicación Interna:	40
2.2.3 Comunicación externa:.....	41
2.3 Objetivos del plan de Comunicación	41
2.3.1 Objetivo General.....	41
2.3.2 Objetivos específicos	41
2.4 Estrategia.....	42
2.5 Actividades o Acciones de la estrategia	42
2.6 Público objetivo	45
2.7 Mensaje clave	45
2.8 Indicadores de las acciones.....	46
2.9 Recurso Humano.....	47
2.10 Financiamiento y presupuesto	48
2.11 Beneficiarios.....	48
2.12 Áreas Geográficas de Acción	49
2.13 Cuadro operativo de la estrategia	49
2.14 Cronograma del Plan de comunicación	50
Capítulo 3.....	51
Ejecución del plan de Comunicación	51
3. Informe de ejecución:	51
3.1 Ejecución 01: Capacitaciones.....	52
3.2 Ejecución 02: Creación de correo institucional.....	53
3.3 Ejecución 03: Creación de <i>TikTok</i>	54
3.4 Ejecución 04: Creación de canal de <i>Youtube</i>	55
3.5 Ejecución 05: Cápsulas de Podcast.....	56
3.6 Cronograma general.....	57
Conclusiones.....	58
Recomendaciones.....	59
Referencias Bibliográficas.....	60
Anexos.....	62



Índice de tablas

Tabla 1	Identidad o cultura corporativa.....	12
Tabla 2	Identidad visual.....	13
Tabla 3	Clima laboral o clima organizacional	14
Tabla 4	Ámbito de comunicación externa	15
Tabla 5	FODA institucional.....	33
Tabla 6	Cronograma de actividades EPS 2022.....	35
Tabla 7	Actividad 1 Correo institucional.....	42
Tabla 8	Actividad 2 Capacitaciones	43
Tabla 9	Actividad 3 Creación de <i>tiktok</i>	43
Tabla 10	Actividad 4 creación de <i>podcast</i>	44
Tabla 11	Actividad 5 Creación canal de <i>youtube</i>	44
Tabla 12	Mensajes clave para videos	45
Tabla 13	Mensajes clave para <i>tiktok</i>	46
Tabla 14	Mensajes clave para <i>podcast</i>	46
Tabla 15	Indicadores de las acciones	46
Tabla 16	Presupuesto sugerido.....	48
Tabla 17	Cuadro operativo de la estrategia	49
Tabla 18	Cronograma del plan comunicacional.....	50
Tabla 19	Cronograma de actividades 1	57
Tabla 21	Cronograma de actividades 2	57



Índice de figuras

Figura 1. Dirección del Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala	1
Figura 2. Organigrama del Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala.....	7
Figura 3. Tipos de observación científica.....	12
Figura 4. Fórmula de población finita	17
Figura 5. Rango de edad de los encuestados.....	18
Figura 6. Nivel escolar de los encuestados	19
Figura 7. Conocimiento de las actividades de CECEG	20
Figura 8. ¿Le gustaría conocer sobre la actividad de CECEG?	21
Figura 9. Por qué motivo sigue en <i>facebook</i> a CECEG	22
Figura 10. Frecuencia de visita al perfil de <i>facebook</i> de CECEG.....	23
Figura 11. Otros medios le gustaría conocer el aporte de CECEG	24
Figura 12. Conocimiento de otros centros de investigación.....	25
Figura 13. Motivo de visitas en otras páginas en <i>facebook</i>	26
Figura 14. Qué medio le gustaría conocer a CECEG	27
Figura 15. Con qué periodicidad le gustaría recibir información de CECEG.....	28
Figura 16. Gráfica sobre el conocimiento de la página <i>web</i> de CECEG.....	29
Figura 17. Importancia de vincular <i>facebook</i> a la página <i>web</i>	30
Figura 18. Qué le gustaría encontrar de CECEG	31
Figura 19. Elementos de la comunicación	38
Figura 20. Tipos de comunicación interna.....	40
Figura 21. Tipos de comunicación externa.....	41
Figura 22. Capacitación introducción a la fotografía	52
Figura 23. Creación de correo institucional.....	53
Figura 24. Creación de cuenta en <i>tiktok</i>	54
Figura 25. Creación de canal en <i>youtube</i>	55
Figura 26. Creación de <i>podcast</i>	56



Introducción

La Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala, busca la profesionalización de los estudiantes de Licenciatura de Ciencias de la Comunicación por medio de la realización del Ejercicio Profesional Supervisado (EPS). Esto con la finalidad de generar proyectos, estrategias de comunicación en instituciones o empresas privadas, con el objetivo de reintegrar al pueblo guatemalteco la ayuda recibida durante la carrera universitaria.

El presente estudio forma parte del resultado del diagnóstico y la planificación de la estrategia comunicacional, sobre el Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala (CECEG), de la Universidad de San Carlos de Guatemala, que es la institución creada y especializada para promover, organizar, dirigir, coordinar, ejecutar y evaluar la actividad investigativa de la cultura popular y tradicional guatemalteca.

El primer capítulo fue trabajar un diagnóstico de comunicación relacionado con el Centro de Estudios de la Cultura de Guatemala, donde se realicé mi Ejercer el Ejercicio Profesional supervisado, el cual permitió detectar y conocer sus necesidades de comunicación. El diagnóstico comunicacional fue la parte esencial para realizar la propuesta y la ejecución del programa y así beneficiar a la institución.

Como segundo capítulo, se realizó la planificación del proyecto y se propusieron varias acciones que permitirían solucionar los problemas de comunicación institucional del CECEG, en el ámbito externo, generando contenidos de interés para su grupo objetivo, desarrollando nuevos canales de comunicación que dé a conocer sus actividades como centro de estudios.

Luego de realizada las fases del diagnóstico y planificación, en el tercer capítulo se presentó el plan de comunicación con las autoridades pertinentes y se logró llevar a cabo el proceso de ejecución de las actividades propuestas. Estas fueron de gran impacto para el Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala, considerando que no cuentan con un departamento de comunicación que vele por dar a conocer, las actividades realizadas por ellos.



Justificación

Como parte del proceso de obtención del título de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, la Universidad de San Carlos de Guatemala, el estudiante tiene la posibilidad de realizar el Ejercicio Profesional Supervisado (EPS) con el objetivo principal de llevar a la práctica los conocimientos teóricos adquiridos durante su formación académica. Esa práctica le permite la realización de proyectos que son de beneficio para una dependencia institucional o empresa privada.

Esta práctica permite al estudiante del ejercicio profesional supervisado elaborar un diagnóstico de comunicación para identificar las necesidades del Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala, de la Universidad de San Carlos de Guatemala y así poder crear y generar una propuesta comunicacional a base de actividades, que ayude al fortalecimiento de comunicación del centro para con su grupo objetivo.

El proyecto de comunicación ha dado a conocer los beneficios que se obtuvieron con la ejecución del plan comunicacional, esto a partir de la elaboración de contenidos para las redes sociales implementadas durante este proceso de ejecución.

El mayor beneficiado con este trabajo es el Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala, ya que podrán contar con la creación de contenidos en redes sociales que son de gran apoyo para conocer a su grupo objetivo. Los beneficiarios indirectos en este trabajo serán todas aquellas personas que desean investigar, analizar y conocer las propuestas e investigaciones del centro.



Antecedentes

En la administración del Arquitecto Miguel Ángel Chacón durante el año 2019, en función como director del Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala (CECEG) de la Universidad de San Carlos de Guatemala (USAC), se realizó el cambio de logotipo y línea gráfica de parte de la Dirección General de Investigación (DIGI) del mismo centro universitario.

En 2021, en función como director del Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala (CECEG) de la Universidad de San Carlos de Guatemala (USAC), el Ingeniero Agrónomo Mario Antonio Godínez López, concedió la oportunidad a 6 estudiantes de la carrera de Pedagogía y Administración Educativa de la Facultad de Humanidades de la Universidad de San Carlos de Guatemala (USAC), para que realizaran su Ejercicio Profesional Supervisado (EPS), quienes se dieron a la tarea de ejecutar una remodelación del archivo histórico.

En noviembre de 2021, las autoridades de CECEG en conjunto con las autoridades de DIGI, hicieron la entrega oficial del rescate del archivo histórico del Instituto Nacional Central para Varones, con el apoyo económico de Banrural.

En ese mismo año el director del Centro, el Ingeniero Agrónomo Mario Antonio Godínez López, solicitó por medio de oficio al director de la Escuela de Ciencias de la Comunicación que se autorizara a un estudiante de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, a que pudiera realizar su práctica de Ejercicio Profesional Supervisado (EPS). Lamentablemente debido a motivos de salud, el estudiante designado no pudo realizar sus prácticas en dicho centro de estudios.

En el presente año, en función como coordinador del Ejercicio Profesional Supervisado (EPS) de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, el Máster en Comunicación Estratégica y Opinión Pública Luis Pedroza Gaytán, solicitó por medio de oficio el espacio para que dos estudiantes de ciencias de la comunicación realizaran su práctica de Ejercicio Profesional Supervisado (EPS).



Capítulo 1

Diagnóstico de Comunicación

1.1 La Institución

CECEG (Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala), de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

1.2 Perfil Institucional

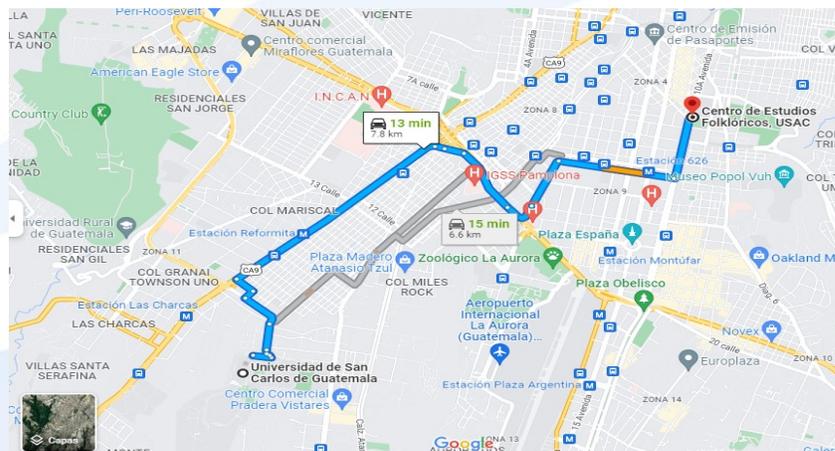
El Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala, es una institución creada y especializada para la investigación de la cultura popular tradicional guatemalteca. Se ocupa en la promoción, organización, dirección y ejecución de evaluar toda la actividad que se dedique a la investigación de la cultura popular tradicional de Guatemala. Este centro cuenta con dieciséis colaboradores y en la actualidad debido a la situación del Covid-19, tienen un plan de trabajo en modalidad híbrido.

1.3 Ubicación geográfica

Av. Reforma 0-09 zona 10, frente a la rotonda, justo en la manzana del Jardín Botánico.

MAPA DE UBICACIÓN

Figura 1. Dirección del Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala



Fuente: Google Maps



1.4 Origen e Historia

El Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala de la Universidad de San Carlos de Guatemala –CECEG– su nueva denominación fue aprobada por el Consejo Superior Universitario en el “punto SEGUNDO, Inciso 2.1 Sub inciso 2.1.1 del Acta No. 18-2019 de sesión ordinaria celebrada el 24 de julio de 2019”, tiene sus raíces en el Centro de Estudios Folklóricos que a su vez surge producto del Primer Acuerdo de la Junta Directiva y Ejecutiva de la Asociación de Estudiantes Universitarios (AEU), del 7 de noviembre de 1953, en el que se creó el Instituto de Investigaciones Históricas y Sociales. (Cefol & DIGI, 2001)

Como información en su primer boletín, de la mano del director electo Janos de Szeczy, se publicó la primera nota titulada: “Museo de arte popular”. En esta nota se creaba la necesidad de rescatar y conservar las artes populares y estas serían puestas a salvo de las deformaciones o de su destrucción.

Un grupo de estudiantes intelectuales, en 1958, estaban interesados en la cultura tradicional guatemalteca, formaron la Asociación de Amigos del Arte Popular. Estos llegaron a un acuerdo que era el editar periódicamente una revista, a la que denominaron “*La Tradición Popular*”, y cuyo sello editorial era la réplica de un tecolote de cerámica pintada de La Antigua Guatemala. Esta asociación dejó de existir por inactividad en 1959.

En el periodo del rector Doctor Edmundo Vásquez Martínez de la Universidad de San Carlos y a iniciativa de: Ida Bremmé de Santos, Luis Luján Muñoz, Juan José Hurtado Vega, Amerigo Giracca y Roberto Díaz Castillo, el Consejo Superior Universitario aprobó el Acuerdo de Fundación del Centro de Estudios Folklóricos el 8 de julio de 1967, junto con su reglamento. (Cefol & DIGI, 2001)

El Centro de Estudios Folklóricos (CEFOL), expuso a la Facultad de Humanidades de la Universidad de San Carlos de Guatemala, crear un curso denominado Introducción al estudio del



folklore, que posteriormente fue impartido tanto en la facultad de humanidades, como en la Escuela de Verano dependiente de aquélla.

El 28 de noviembre de 1968, se inauguró el Museo de Artes y Artesanías Populares, por medio del centro de estudios folclóricos. Este mismo fue instalado en la cocina del antiguo Colegio Mayor de Santo Tomás de Aquino, en Antigua Guatemala, que fue destruido por el terremoto de 1976. En este mismo año, se realizó el primer ejemplar de la revista *Tradiciones de Guatemala*. Además, entre 1970 y 1973 se impartió una serie de conferencias sobre temas de folklore, dando una reorganización en noviembre del 1973. (Cefol & DIGI, 2001)

A partir de 1975 el Centro comenzó a llevar a cabo un programa anual orientado principalmente a la investigación y difusión de la cultura tradicional de Guatemala. Fue en este mismo año donde se incorporaron investigadores: Luis Luján Muñoz y Celso Arnoldo Lara Figuera. Con ellos se lograron crear las primeras áreas de investigación, que fueron las de Artes y Artesanías Populares y la de Literatura Popular Tradicional.

En 1976 fueron creadas las áreas de Cultura Popular Guatemalteca y Cultura Popular Tradicional, aplicándose a la educación con el objetivo de que se proyectara su trabajo en el campo pedagógico.

El Área de Etnomusicología se fundó en 1977 a cargo de Manuel Juárez Toledo, especializado en esa disciplina hasta su muerte en 1980. A falta de proyectos de investigación dentro de este campo, el Centro de Estudios Folklóricos solicitó el apoyo del Consejo Superior Universitario, con el cual se logró tener la aprobación del programa que se dedicará al estudio y conocimiento de la música tradicional guatemalteca. Este programa inicio con carácter temporal y después paso a ser permanente.

El área de Medicina Popular Tradicional fue fundada en 1981 y estuvo bajo la dirección de la licenciada Elba Marina Villatoro, gracias al apoyo y promoción del licenciado Celso Lara Figueroa, que era el director. Esta área dejó de funcionar dentro del centro, debido a que esas funciones pasaron a mano del Ministerio de salud pública y la Asistencia social, esto en el año 2002



En 1983 se crea el área de Musicología como una sección de Etnomusicología, para estudiar, analizar, recopilar, preservar y difundir la música erudita y popular guatemalteca. En el año 2001 pasó a constituirse en un área más del Centro.

Bajo la dirección del licenciado Celso Lara, se logró crear el área de Coreología popular y tradicional, quedando como investigador Carlos García Escobar.

En 2001, se efectuó un taller para crear el Plan de fortalecimiento y desarrollo del centro de estudios folklóricos. Todo esto como parte del Plan de Innovación del Proyecto de Fortalecimiento del Sistema de Investigación de la Universidad de San Carlos. Gracias a la ejecución de este plan de fortalecimiento, en enero del 2002 surgieron las áreas de Religiosidad Tradicional y Popular y la de Etnografía Histórica.

Actualmente el Centro cuenta con las siguientes áreas de investigación: Artes y Artesanías Populares, Oralidad y Literatura Tradicional, Cultura Popular Tradicional y Cultura Popular Guatemalteca Aplicada a la Educación, Etnomusicología, Coreología, Musicología, Etnografía Histórica y Religiosidad popular y tradicional. Con la finalidad de apoyar la investigación, CECEG posee un archivo de documentación donde se encuentran los trabajos de investigación y colecciones de libros especializados para consulta.

Hoy en día el Centro de Estudios Folklóricos de la USAC divulga sus investigaciones y las de investigadores invitados de alta calificación académica en las publicaciones periódicas: Boletín y revista, además, el centro cuenta con series extraordinarias de publicaciones, en donde también se llevan a cabo publicaciones no periódicas con los distintos centros de la Universidad de San Carlos de Guatemala y otras instituciones.

1.5 Integración y Alianzas Estratégicas

- Radio USAC
- TV USAC



1.6 Departamentos o dependencias de la institución

El Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala de la Universidad de San Carlos de Guatemala, no cuenta con departamento de comunicación, que ese es uno de los principales hallazgos que se encontraron dentro de la institución, además la Dirección General, cuenta con un grupo de 16 personas, (Cefol & DIGI, 2001) a continuación, se detallan los departamentos y sus funciones y atribuciones:

- **Dirección:** Entre las funciones están las siguientes: presidir el Consejo Académico de Investigación; ser el enlace entre investigadores y Consejo Académico de Investigación; velar por el desarrollo de las políticas y líneas de investigación de CECEG y los acuerdos emanados del Consejo Académico de Investigación; promover acciones tendientes a difundir y socializar los resultados de las investigaciones de CECEG; facilitar actividades de vinculación de la investigación con instituciones universitarias y extrauniversitarias, nacionales e internacionales afines a la actividad de CECEG; coordinar la gestión y cooperación de organismos financieros nacionales e internacionales, en función del desarrollo de la Investigación del CECEG; velar por el cumplimiento de los reglamentos de la USAC y el CECEG; velar por la eficiencia y eficacia de la administración CECEG; coordinar el trabajo entre responsables de líneas de investigación y personal técnico-administrativo y presentar anteproyecto de presupuesto anual del CECEG al Consejo Académico de Investigación.
- **Apoyo Secretarial:** Entre sus funciones esta ejecutar las actividades de manejo administrativo las cuales están reguladas por el Manual de puestos de la Universidad San Carlos de Guatemala.
- **Tesorería:** Entre sus funciones esta ejecutar las actividades de manejo administrativo las cuales están reguladas por el Manual de puestos de la Universidad San Carlos de Guatemala.
- **Mensajería y servicios:** Entre sus funciones esta ejecutar las actividades de manejo administrativo las cuales están reguladas por el Manual de puestos de la Universidad San Carlos de Guatemala.
- **Área de Artes y Artesanías Populares:** entre sus funciones esta elaborar, ejecutar, coordinar proyectos de investigación de su línea en particular; investigar, sistematizar, rescatar,



resguardar, poner en valor y divulgar las creaciones y conocimientos de los artistas y artesanos como portadores de la cultura popular guatemalteca, especialmente el material o ergológica.

- **Área de Oralidad y Literatura Tradicional:** entre sus funciones esta elaborar, ejecutar, coordinar proyectos de investigación de su línea en particular; recopilación y análisis de leyendas contadas por portadores de la sabiduría popular; investigación y análisis de la literatura popular en verso y prosa del oriente del país; estudiar las expresiones literarias populares de todas las regiones del país investigaciones sobre oralidad y literatura tradicional y el estudio de la literatura tradicional y popular guatemalteca.
- **Área de Cultura Popular Tradicional Popular y Cultura Popular Guatemalteca Aplicada a la Educación:** entre sus funciones esta elaborar, ejecutar, coordinar proyectos de investigación de su línea en particular; realiza talleres para docentes, de todos los niveles educativos, con información sobre tradición oral, artes y artesanías, historia de Guatemala y de la cultura, aplicación en el sector turístico, religiosidad, gastronomía tradicional, medicina tradicional, la microhistoria, etnografía histórica y danzas.
- **Área de la Etnomusicología:** entre sus funciones esta elaborar, ejecutar, coordinar proyectos de investigación de su línea en particular; estudiar el conocimiento de la música de tradición oral en Guatemala; estudiar el fenómeno sonoro del país la fenomenología, transcripción y análisis del hecho sonoro y al estudio de sus instrumentos musicales, organología, acústica y tímbrica.
- **Área de Musicología:** entre sus funciones esta elaborar, ejecutar, coordinar proyectos de investigación de su línea en particular.
- **Área de Coreología Tradicional y Popular:** entre sus funciones esta elaborar, ejecutar, coordinar proyectos de investigación de su línea en particular; resguardar las manifestaciones danzarias tradicionales de Guatemala, ante la problemática de su posible desaparición; se puede generar investigación, rescatar y dar a conocer los fenómenos del campo de danza en Guatemala, con el fin de primordial de conocer la riqueza coreográfica y coreológica del país.
- **Área de Etnografía Histórica:** entre sus funciones esta elaborar, ejecutar, coordinar proyectos de investigación de su línea en particular.



- **Área de Religiosidad Tradicional y Popular:** entre sus funciones esta elaborar, ejecutar, coordinar proyectos de investigación de su línea en particular; investigar, rescatar las diferentes manifestaciones y expresiones de la vida religiosa, sacro-profana y sus instituciones en Guatemala, con el fin de fortalecer la riqueza y diversidad de este fenómeno en su contexto histórico social, así como identificar sus portadores y divulgar los resultados de la investigación.
- **Centro de Documentación:** Sus funciones están reguladas por el Manual de puestos de la Universidad San Carlos de Guatemala.
- **Sección de Medios Audiovisuales:** Sus funciones están reguladas por el Manual de puestos de la Universidad San Carlos de Guatemala.
- **Corrección de Pruebas:** Sus funciones están reguladas por el Manual de puestos de la Universidad San Carlos de Guatemala.

1.7 Organigrama de la Empresa

Figura 2. Organigrama del Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala



Fuente: Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala



1.8 Misión

Somos el Centro de investigación de la Universidad de San Carlos de Guatemala, encargado de rescatar, conservar, proteger, promover y difundir las diversas manifestaciones y valores fundamentales de la identidad multicultural del país.

1.9 Visión

Ser el referente de investigación y de liderazgo en el estudio, interpretación y comprensión de las distintas culturas en Guatemala y su relación con el contexto latinoamericano, como base para el desarrollo integral de la sociedad guatemalteca.

1.10 Objetivos institucionales

- Conocer el folklór de Guatemala en todos sus aspectos materiales e inmateriales y la realidad social que le da origen, con la finalidad de preservar aquellos patrones que expresen con autenticidad.
- Mantener y valorar la cultura tradicional de Guatemala.
- Divulgar las culturas de tradición popular de Guatemala.

1.11 Público Objetivo:

Estudiantes y público en general que requieran investigaciones e información realizadas por el Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala. De momento no cuentan con un grupo detallado, dentro de su grupo objetivo, es muy diverso. Dentro de la estrategia comunicacional se desea el poder atraer a más jóvenes.

1.12 Diagnóstico

Según (Hernández, 2000), el diagnóstico consiste en investigar la realidad del problema, donde se llega a conocer su naturaleza y magnitud. Este mismo debe ser la unidad de análisis y que pueda funcionar de referencia a la hora de la toma de decisiones, para poder dar a conocer al interesado el informe de la investigación.



El diagnóstico es una herramienta indispensable para conocer la realidad situacional de un grupo de personas, la cual permite reconocer y comprender, las prácticas sociales y sus procesos internos, es el primer paso de la planificación de procesos comunicacionales. (Castillo, 1990)

En la observación de todas las herramientas y los medios de comunicación existentes dentro del Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala de la Universidad de San Carlos de Guatemala, se determinó que, a partir de ello, se realizará una estrategia que cumpla con la investigación en cuanto a poder darse a conocer como el único centro de investigación en toda Guatemala.

1.12.1 Pregunta de investigación

¿Qué medios de comunicación se podrán utilizar en el Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala de la Universidad de San Carlos de Guatemala para poder dar a conocer sus proyectos de investigación?

1.12.2 Objetivo General

Describir la situación de la comunicación externa del Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

1.12.3 Objetivos específicos

- Identificar los canales de comunicación externa del centro de investigación.
- Analizar los medios de comunicación en plataformas digitales utilizados por parte del Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala de la Universidad de San Carlos de Guatemala, para interactuar con su público objetivo.
- Determinar el reconocimiento y posicionamiento del Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala conforme sus públicos objetivos.

1.13 Metodología

El método es el conjunto de procedimientos lógicos nos ayuda a llegar a la esencia de las cosas y poder encontrar sus causas. (Edeliberto & Cifuentes Medina, 2016)



Para analizar y recolectar la información, existen varios métodos que se pueden utilizar para hacer un diagnóstico de la comunicación (Díaz Gavilán, 2001).

Lo que se realizará en el Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala como apoyo de comunicación, se utilizará el método científico, por ser un procedimiento lógico que con lleva a cabo serie de etapas para obtener un conocimiento válido utilizando instrumentos fiables.

Durante la etapa de observación del Centro de Estudios se ha percatado que carecen de un departamento de comunicación, el cual beneficiaría a realizar lo requerido por la entidad. Estos beneficios serían: estrategias de comunicación interna y externa, para dar a conocer su centro de investigación y generar más tráfico de comunicación de su sitio web.

La estrategia de comunicación externa del Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala, que se ejecutará, será lograr el reconocimiento y luego crear un posicionamiento de esta entidad, para generar más tráfico del centro. Por tal razón se utilizará la metodología con un enfoque mixto, utilizando fuentes de recolección primarias.

1.13.1 Descripción del método

En el Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala de la Universidad de San Carlos de Guatemala se realizó el diagnóstico comunicacional, por medio del uso del método científico con enfoque mixto, a través de la observación no participativa, en la cual se observó su perfil de *Facebook* identificando sus códigos y elementos de comunicación que se utiliza para poder llegar a su público objetivo.

1.13.2 Técnicas e instrumentos de recolección

Las técnicas e instrumentos por utilizar en la estrategia de comunicación serán, documentación, entrevistas, encuestas y la observación. Debido a que la investigación tendrá un enfoque mixto, que es el método que representa un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación que implica en recolectar y analizar los datos cualitativos y cuantitativos.



Por tanto, el diagnóstico presente utilizará dos técnicas para obtener datos cualitativos: entrevistas y observación. Para dar sustento a estos datos se utilizará encuestas, la cual nos proporcionará datos cuantitativos y así poder realizar un cruce de información para poder validar lo que se percibió.

Para realizar inferencias de toda la información recabada, se da una integración y se da una discusión conjunta para comprender el fenómeno de estudio. (Hernandez Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2014). Para sacar la muestra utilizaremos la fórmula de población finita, que se aplicará dentro de las personas que dan seguimiento al perfil de la red social Facebook.

Esto se realizará en función de lo investigado, siempre esperando que su aporte sea creíble y de utilidad. (Martínez Mediano & Galán González, 2014). De esta manera podremos obtener y confirmar que, dentro del Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala, es necesario generar y crear comunicación organizacional, implementando y realizando una estrategia de comunicación externa.

1.13.2.1 Observación

La técnica de la observación permite percibir directamente, sin necesitar a terceros que puedan deformar la percepción o los hechos de la realidad objetiva. (Cerde Gutierrez, 1991).

Esta técnica es básica en cuanto a su comprensión, se necesita tener el deseo de poder llegar a conocer todo el contexto y así poder dar el significado real de todos los mensajes y/o acciones del centro que se encuentra bajo estudio.

Existen varios tipos de observación que se podrán apreciar de mejor manera en el cuadro siguiente:



Figura 3. Tipos de observación científica

Observación Directa	De acuerdo a la formalización	Estructurada: se establecen parámetros que guiarán la observación
		Semiestructurada: se inicia con una pauta estructurada y se desarrolla luego libremente
		Abierta: se hace observación libre, sin parámetros
	De acuerdo a la posición del investigador	Participante: el sujeto que observa es aceptado como miembro del grupo humano que se observa
No participante: el investigador no forma parte del grupo a observar		
Observación Indirecta	Encuesta, entrevista en profundidad, grupo de discusión, etc.	

Fuente: (Castellanos, 2017)

En el desarrollo del presente diagnóstico se utilizará la observación directa de acuerdo con la posición del investigador, no participante dentro del problema a observar, la cual permitirá identificar los problemas de comunicación dentro del centro de estudios de las culturas en Guatemala.

Guía observación

Tabla 1 Identidad o cultura corporativa

Variable para observar	Si	No	Anotaciones
Historia	x		Únicamente se encuentra visible dentro de la página web del centro.
Misión y visión	x		Visible únicamente dentro de su página web, en su perfil de Facebook y en su localidad no los tienen visibles.
Objetivos institucionales	x		No está visible en las instalaciones de la institución, ni página <i>Facebook</i> . Si tiene visibilidad en su página web.



Público objetivo		x	No tienen definido el mismo, pero se desea con el tiempo poder atraer a un público más juvenil, que deseen investigar y recabar información.
Organigrama	x		Este no se encuentra visible, ya que se encuentra en transición de ser aprobado. Se posee el anterior que se encuentra en el manual de actualización del año 2015.
Manual de procedimientos	x		Al igual que el organigrama está en proceso de actualización.
Dirección y ubicación	x		Avenida Reforma 0-09, zona 10, en la manzana del Jardín Botánico, frente a la rotonda. Esta visible dentro de su página web y perfil de <i>Facebook</i> .
Teléfonos	x		Si poseen dos números telefónicos y ambos se encuentran dentro de la página web y su perfil de <i>Facebook</i> , estos son los siguientes: 23319171 – 23609352
Manual de identidad gráfica y visual	x		Si se encuentra visible en sus publicaciones, pero este varía en las presentaciones según el investigador que realiza alguna publicación dentro los medios existentes.
Página Web	x		Se posee, pero aún está en la etapa de posicionamiento, se necesita actualizar información. El link es el siguiente: https://www.ceceg.usac.edu.gt
Redes Sociales	x		Actualmente solo poseen un perfil en <i>Facebook</i> .
Número de colaboradores	x		16 personas: 1 director, 1 secretaria, 1 mensajero, 1 persona servicios generales, 1 Informática, 1 contabilidad, 1 bibliotecóloga, 1 psicólogo, 1 nutricionista, 3 historiadores, 3 antropólogos, 1 pedagogo

Fuente: elaboración propia

Tabla 2 Identidad Visual

Variable para observar	Si	No	Anotaciones
Logotipo	x		Este si aparece al ingresar al centro de estudios, en la página web, <i>Facebook</i> y en la papelería institucional
Marca		x	Su marca sería ser un Centro de Estudios de la Universidad de San Carlos de Guatemala, y es el único en su especie.
Colores institucionales definidos y visibles en sus publicaciones	x		Los manejan en su página web, en su perfil de <i>Facebook</i> , se encuentra bien definido su logo y sus colores.
Slogan		x	No posee este.

Fuente: elaboración propia



Tabla 3 Clima laboral o clima organizacional

Variable para observar	Si	No	Anotaciones
Sentido de pertenencia	x		Se detectó que, si se posee este sentido de pertenencia con la institución, pero aún siguen manejando el nombre anterior del centro.
Cultura de la calidad	x		Existe un gran compromiso por parte de la dirección de la institución y la colaboración por los colaboradores.
Participación y trabajo en equipo	x		El sistema de investigaciones hace que constantemente se brinde ese apoyo y colaboración con las investigaciones. Los investigadores buscan nuevas herramientas que hagan crecer al centro.
Manejo del rumor		x	No se logró apreciar dicho ruido de comunicación, debido a que la mayoría de las reuniones se han dado bajo el sistema híbrido.
Promoción de la cultura organizacional	x		Se busca fortalecer con actualizaciones en cuanto herramientas que hagan crecer al centro. En ello se puede constatar el sentido de pertenencia que manejan los investigadores hacia la institución.
Estabilidad laboral	x		Por ser un centro de Universidad de San Carlos de Guatemala, se cuenta con el apoyo de la misma hacia la institución.
Servicios salud integral	x		Todos tienen acceso a servicios médicos.
Protocolo Covid19	x		No se cuenta con señalización para ubicar tanto el gel, ni las recomendaciones para evitar el contagio del mismo.
Beneficios adicionales a ley	x		Cuentan con todos los beneficios de ley
Seguridad Industrial		x	No cuenta con la señalética adecuada para indicar rutas de evacuación, extinguidores, rutas de evacuación, entre otros.
Capacitaciones en comunicación		x	No tienen las mismas, esto debido a la falta de alguien encargado en comunicación dentro de la institución. Pero la petición de la mayoría es el poder crear y realizar capacitaciones a los investigadores para que sus aportes lleguen a más personas interesadas en las mismas.
Incentivos económicos, premios y reconocimientos por logro de objetivos		x	No se logró observar.
Celebraciones internas		x	Debido a la pandemia del COVID-19 no se han realizado celebraciones, pero anteriormente si se promovían algunas estas.
Política de puertas abiertas	x		Dentro del Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala se ha manejado una política de accesibilidad para todo aquel que desee poseer y acceder a la información que recaban los investigadores año con año.



Ambientes y equipos de trabajo adecuados	x		Debido a las limitaciones de presupuesto, se ha procurado mejorar las condiciones de trabajo y así poder brindar un buen equipo con el que se pueda desarrollar todos los trabajos a realizar.
Vestuario institucional		X	Si se posee, pero no se logró percibir si todo el personal cuenta con ello.

Fuente: elaboración propia

Tabla 4 Ámbito de Comunicación Externa

Variable para observar	Si	No	Anotaciones
Campañas de comunicación a través de medios masivos (radio, prensa, tv, internet, revista especializadas)		x	Se observó que no poseen este tipo de campañas, esto debido a la falta de un departamento de comunicación.
Medios y canales			
Página Web	x		Sí cuenta con esto, aún se encuentra en la fase de actualización.
Redes sociales	x		Únicamente cuenta con perfil de <i>Facebook</i> .
Revistas digitales	x		Si cuenta con ella, pero no tienen actualización.
Canal de tv		x	No cuenta con este medio, pero según la información recabada se tiene lazos con TV USAC.
Radio en línea o programas de radio		x	Al igual que la tv. No poseen este medio radial, pero si tienen acceso a Radio USAC.
Blogs informativos		x	No cuentan con blogs, se puede proponer y colocar dentro de la página web.
Campaña de relaciones públicas		x	Debido a la falta de alguien encargado a generar comunicación no se maneja esto de la mejor manera posible.
Campañas de comunicación a través de medios alternativos: (congresos, simposios, patrocinios, ferias, activaciones BTL)	x		Se detectó que sí se tiene activaciones en ferias, en bibliotecas y publicaciones de su revista física.

Fuente: elaboración propia

1.13.2.2 Documentación

Es una de las técnicas de recolección de datos de la investigación científica, que se basa en recolectar documentos, como libros, manuales, actas o informes de los que se pueda obtener datos e información importante para la investigación. (Caro, 2021)

Dentro del centro de estudios de las culturas en Guatemala no existen manuales o información de la institución de forma escrita, es por lo que la recolección de los datos recabados se consiguió a través de reuniones con el director del centro a través de la entrevista de profundidad.



1.13.2.3 Entrevistas a profundidad

Este tipo de entrevista se basa en el seguimiento de un guion, en esta se plasma todos los estereotipos que se desean cuestionar y conocer a lo largo de las sesiones preparadas. Es por esto por lo que se debe elaborar y prepara todos los temas que se llevará a cabo dentro de la entrevista, con el fin de poder llevar un ritmo al controlar los tiempos y distinción de los temas de más valor, para poder evitar los ruidos de comunicación.

La entrevista de profundidad se le realizó al Ingeniero Agrónomo Mario Antonio Godínez López director del Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala, dicha entrevista se realizó el 18 de febrero a las 15:00 horas, esta con el objetivo de evaluar, conocer la problemática que se pudiera presentar de la comunicación interna y externa de la institución.

El entrevistado labora en función como director del centro desde julio 2020, cuenta con un grupo de 16 personas, entre ellos investigadores profesionales: un psicólogo, un nutricionista, tres historiadores, tres antropólogos, un pedagogo. Comenta el entrevistado que CECEG es una institución única en Guatemala que resalta las Culturas, no posee un grupo objetivo detallado por lo contrario es muy diverso.

Godínez comenta que a raíz de la presencia de COVID-19, la actividad laboral ha sido semipresencial respetando los protocolos de bioseguridad. Menciona que, a falta de un departamento de comunicación o persona encargada de la misma, los investigadores son los encargados de generar tanto comunicación externa e interna.

Los medios o canales de comunicación que utilizan tanto interno como externo son correos institucionales, aunque prefieren el correo personal y existe un grupo de *WhatsApp* para las comunicaciones urgentes.

El Ingeniero Agrónomo Mario Antonio Godínez López sigue comentando que cuentan con el apoyo directo de las autoridades de la Universidad y tienen alianzas estratégicas de Radio Universidad y TV USAC, en el año tiene la oportunidad de dar a conocer sus trabajos mediante 2 publicaciones semestrales, cada una cuenta con ocho artículos científicos por revista.



1.13.2.4 Encuestas

La encuesta está formada por una serie de preguntas bien elaboradas para presentarlas a una muestra de la población que se necesita poder encuestar, esto con el propósito de conocer a la detalladamente a la población.

Para poder realizar una encuesta se debe calcular el tamaño de la muestra obtenida de la población general a la cual se desea encuestar. Es por ello por lo que se deben conocer términos importantes que nos permiten llegar a una muestra, entre ellos se encuentran los siguientes:

- Población: Son todos los individuos que se encuentran bajo estudio, los cuales poseen las mismas características y que se desea conocer y obtener conclusiones.
- Margen de error: Es el que indica en qué medida se puede ver reflejados los resultados de la opinión de la población general dentro de la encuesta.
- Nivel de confianza: Este revela el porcentaje de confianza que puede tener la población en la selección de una respuesta dentro de los parámetros establecidos.
- Muestra: Parte de la población general que se selecciona y que llegan a representar el total de la población.

Por lo tanto, se realizó una encuesta para una población de 1,223 del Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala que los siguen dentro de la red social *Facebook* para tener conocimientos de la comunicación externa en cuanto creación y generación de contenidos del centro para sus seguidores. Para realizar dicha encuesta se necesita obtener una muestra de la población general y para tener este dato se utilizó la fórmula de población finita.

Figura 4. Fórmula de Población Finita

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

Fuente: www.questionpro.com/es/tamaño-de-la-muestra.html

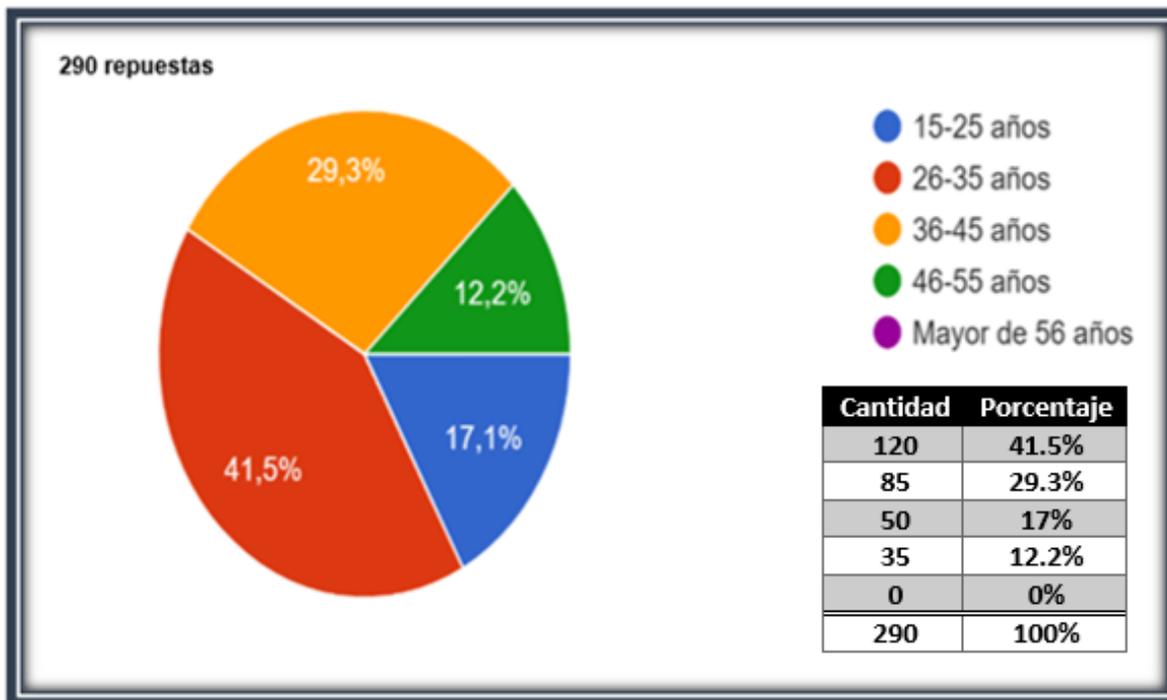
- Población o universo N: 1,223
- Nivel de confianza Z: 95%
- Probabilidad a favor p: 5%
- Probabilidad en contra q: 15%
- Error muestral e: 44
- Tamaño de la muestra n: 290



1.13.3 Interpretación de los resultados

1. Indique su rango de edad

Figura 5. Rango de edad de los encuestados



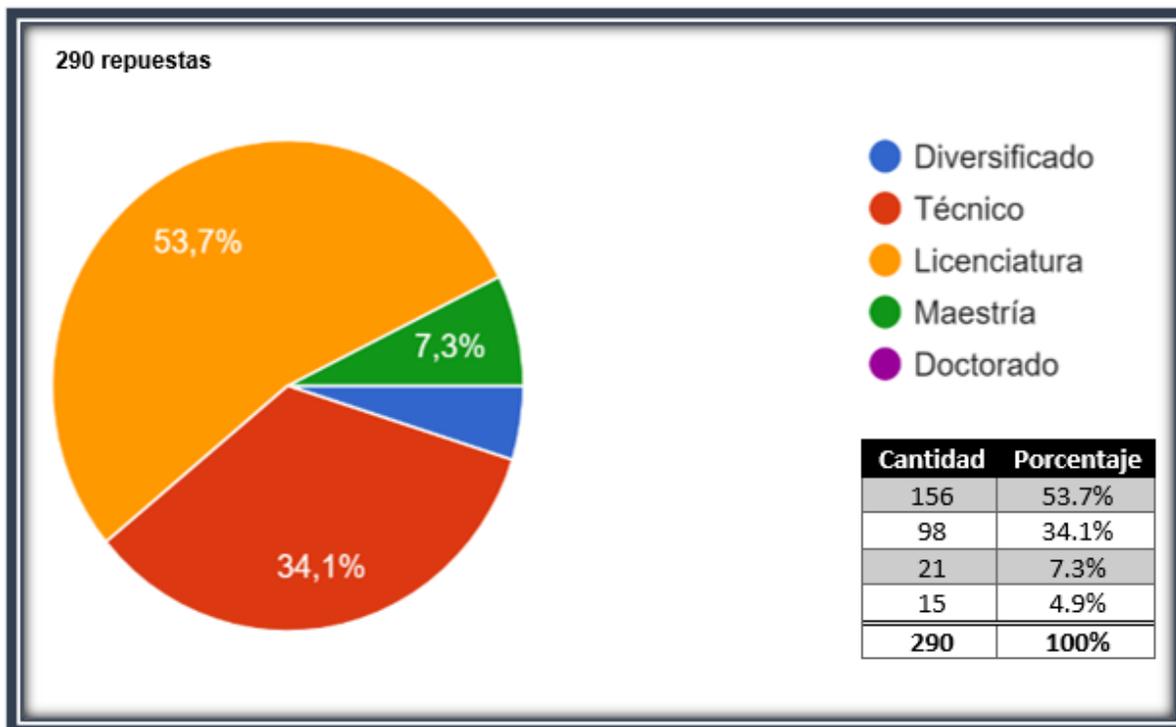
Fuente: elaboración propia

Como se puede observar los datos estadísticos en la gráfica anterior, de las 290 respuestas obtenidas en una encuesta realizada vía *Google Forms*, se puede concluir que la mayoría de los seguidores dentro de la red social *Facebook* se encuentra entre los 26 a 35 años, seguidos del 29% que comprende las edades entre 36 a 45 años.



2. Escolaridad

Figura 6. Nivel escolar de los encuestados



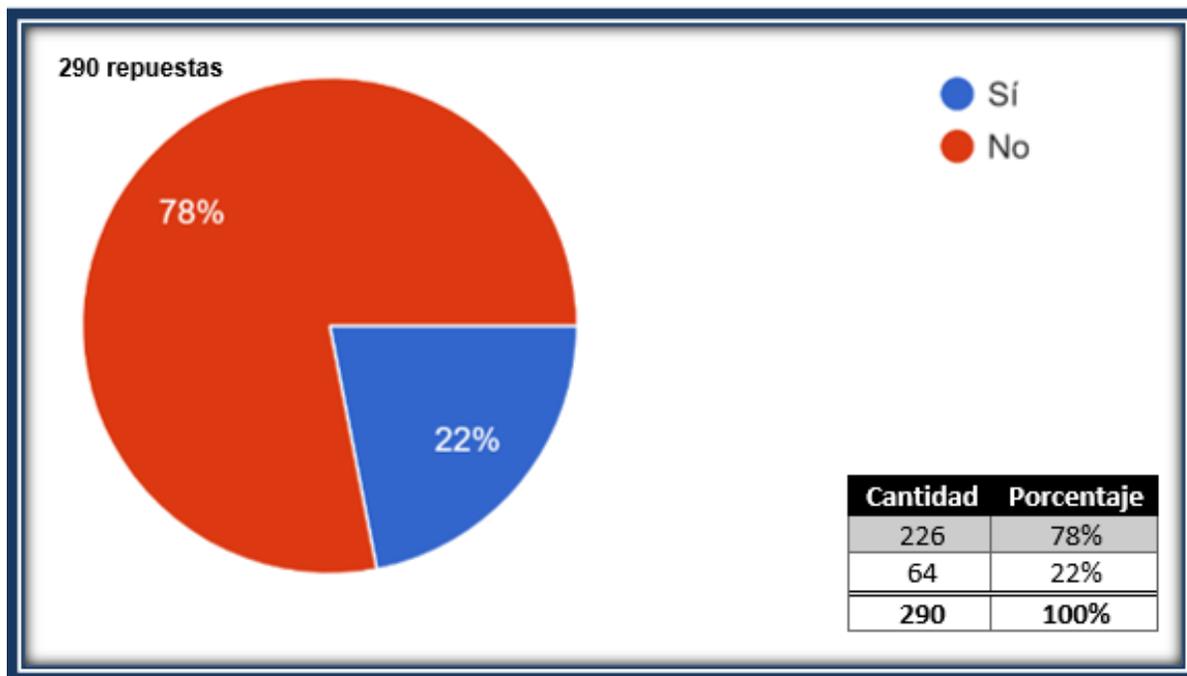
Fuente: elaboración propia

Según los datos estadísticos representados en esta gráfica el 53.7% de la población encuestada, posee estudios universitarios con el grado de licenciatura comprendido por 156 personas, el 34.1% posee un título a nivel técnico comprendido por 98 personas, el 7.3% posee un grado superior universitario que es maestría comprendido por 21 personas y otras personas tienen un título a nivel diversificado comprendido por 15 personas. Se puede concluir que la población a la que se llega son personas que desean recabar información, la cual se encuentra en el centro de estudios de las culturas en Guatemala.



3. ¿Conoce la actividad del Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala (CECEG)?

Figura 7. Conocimiento de las actividades de CECEG



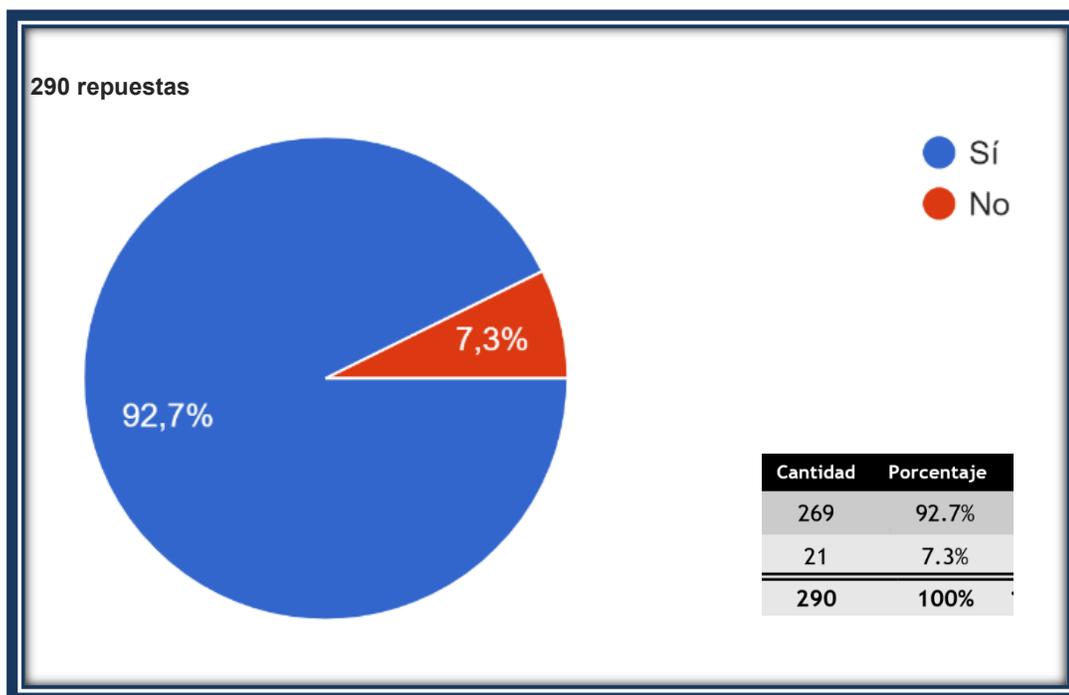
Fuente: elaboración propia

Según los datos estadísticos obtenidos y representados en esta gráfica el 78% de la población desconoce las actividades realizadas por CECEG, comprendida por 226 personas y el 22% de la población tiene el conocimiento de las actividades de dicha institución, comprendida por 64 personas. Se logró concluir que se necesita tener más actividad comunicativa para dar a conocer las actividades realizadas por CECEG.



4. ¿Le gustaría conocer sobre la actividad de CECEG?

Figura 8. ¿Le gustaría conocer sobre la actividad de CECEG?



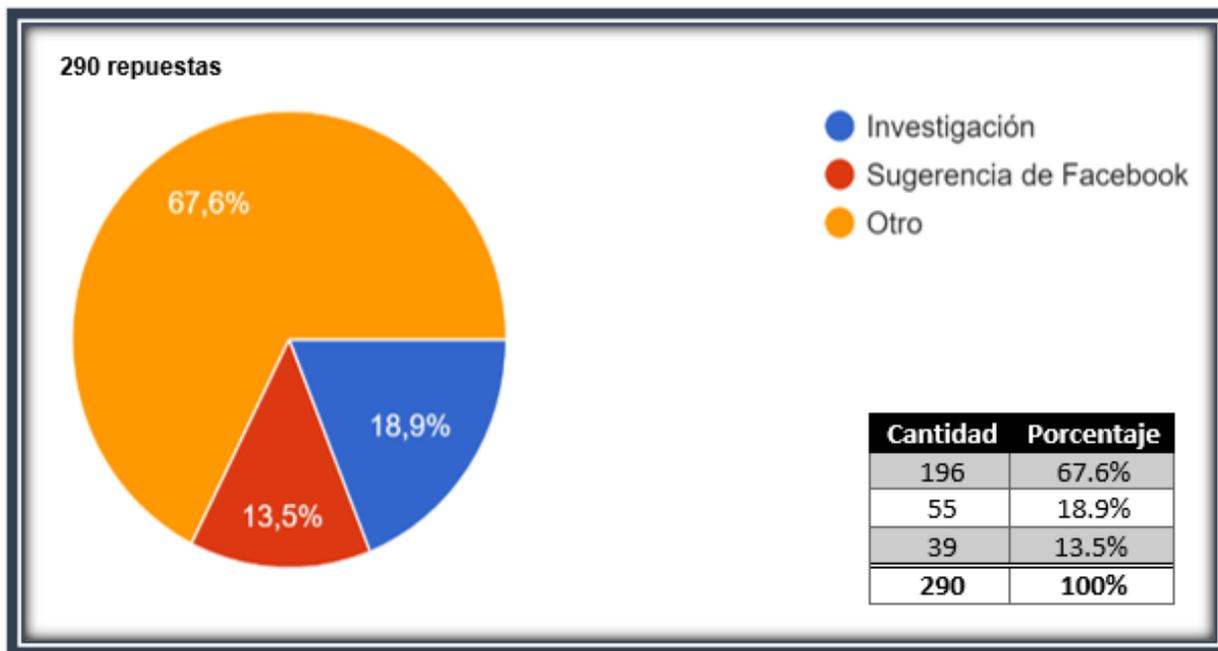
Fuente: elaboración propia

Según los datos estadísticos obtenidos en esta gráfica el 92.7% de la población le gustaría conocer el tipo de investigaciones realizadas dentro de CECEG, comprendido por 269 personas y el 7.3% no están interesados en conocer sobre las actividades del centro, comprendido por 21 personas. Se llegó a la conclusión de que se debería realizar actividades que puedan dar a conocer y divulgar las distintas actividades realizadas por CECEG.



5. ¿Por qué motivo sigue en *Facebook* a CECEG?

Figura 9. Por qué motivo sigue en *Facebook* a CECEG



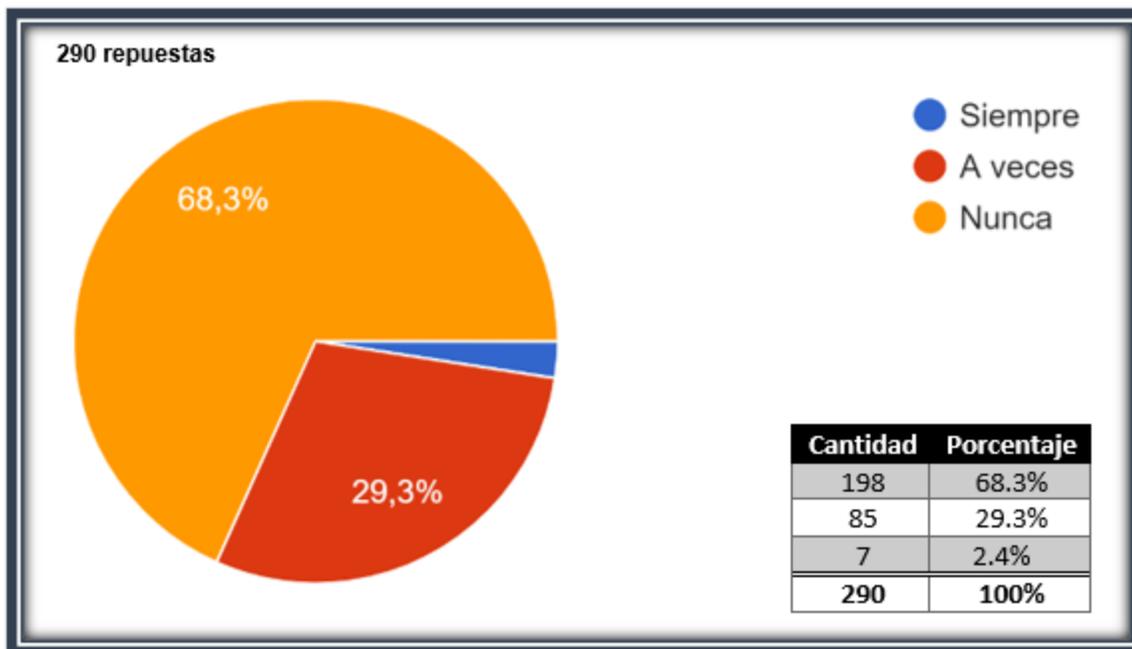
Fuente: elaboración propia

Según los datos estadísticos representados en esta grafica el 67.6% de la población encuestada son seguidores en la red social *Facebook* por motivos desconocidos, comprendido por 196 personas. El 18.9% de la población sigue al centro por investigación, comprendido por 55 personas y el 13.5% de los encuestados son seguidores únicamente por sugerencia de la red social y/o amigos. Se puede concluir con los datos obtenidos, que es importante definir el uso de la red social para dar el seguimiento y ser de más beneficio para las y los seguidores de dicho perfil.



6. ¿Con qué frecuencia visita el perfil de CECEG en *Facebook*?

Figura 10. Frecuencia de visita al perfil de Facebook de CECEG



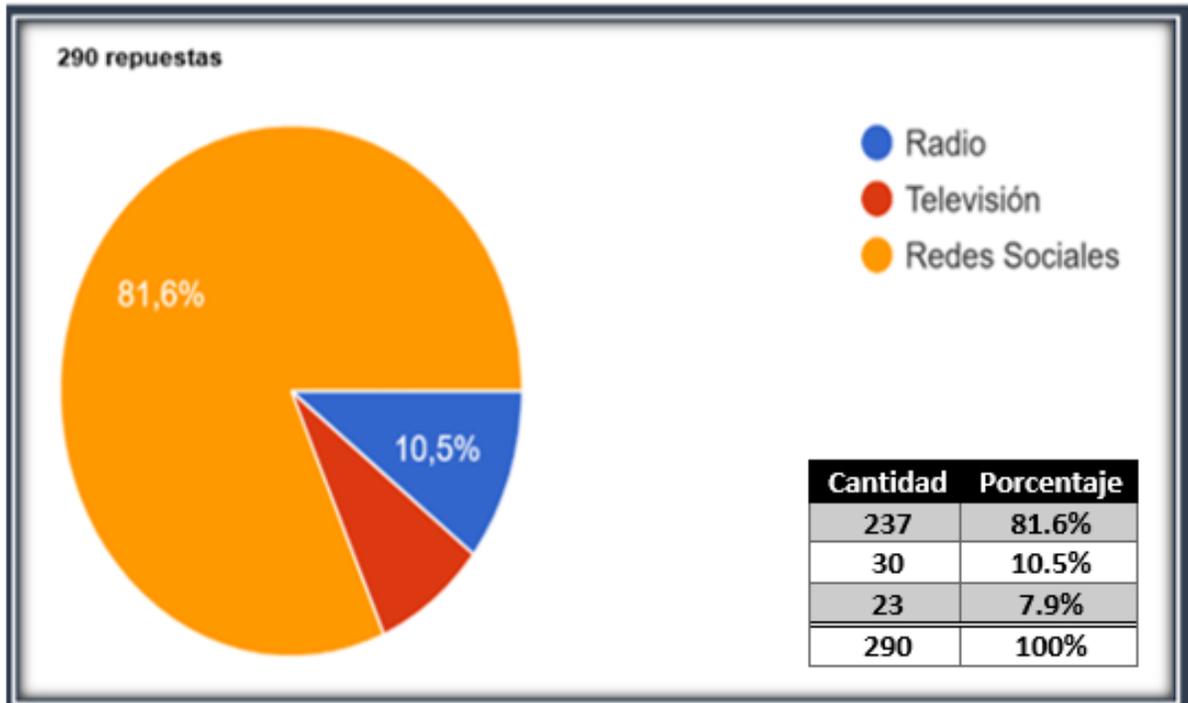
Fuente: elaboración propia

Según los datos estadísticos de esta gráfica el 68.3% de la población encuestada no visita el perfil de CECEG en *Facebook*, comprendido por 198 personas. El 29.3% de la población encuestada visita el perfil con poca frecuencia, comprendido por 85 personas y 7 personas encuestadas mantienen contacto con el perfil de CECEG en la red social. Con los datos obtenidos, se puede concluir que se debe generar contenido para mantener contacto con la población que son seguidores dentro de la red social anteriormente mencionada.



7. ¿En qué otros medios de comunicación le gustaría conocer el aporte que hace a la sociedad el CECEG?

Figura 11. Otros medios le gustaría conocer el aporte de CECEG



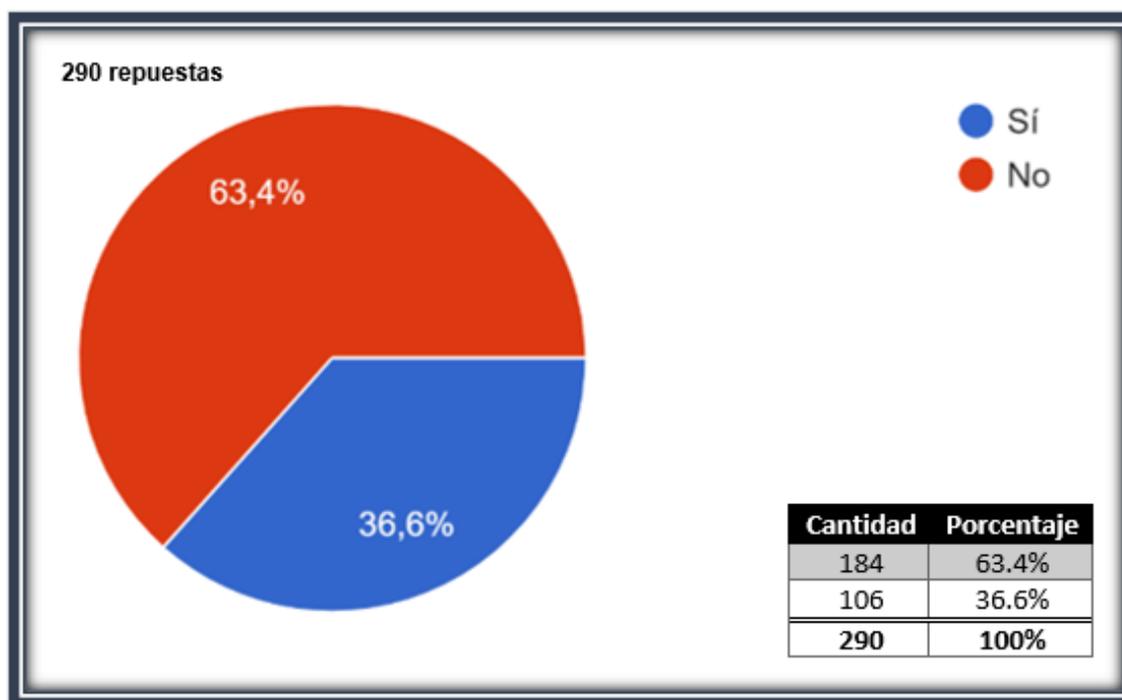
Fuente: elaboración propia

Según los datos estadísticos de esta grafica el 81.6% de la población encuestada manifiesta que le gustaría conocer por otras redes sociales las actividades de CECEG, comprendido por 237 personas. El 10.5% de la población encuestada sugiere el poder conocer las actividades por la radio, comprendido por 30 personas y 23 personas sugieren hacer actividades en la televisión. Se llegó a la conclusión de que es necesario realizar actualizaciones constantes y fomentar nuevos canales de comunicación.



8. ¿Conoce otro centro de estudios o de investigación, que sea parte de la Universidad de San Carlos de Guatemala?

Figura 12. Conocimiento de otros centros de investigación



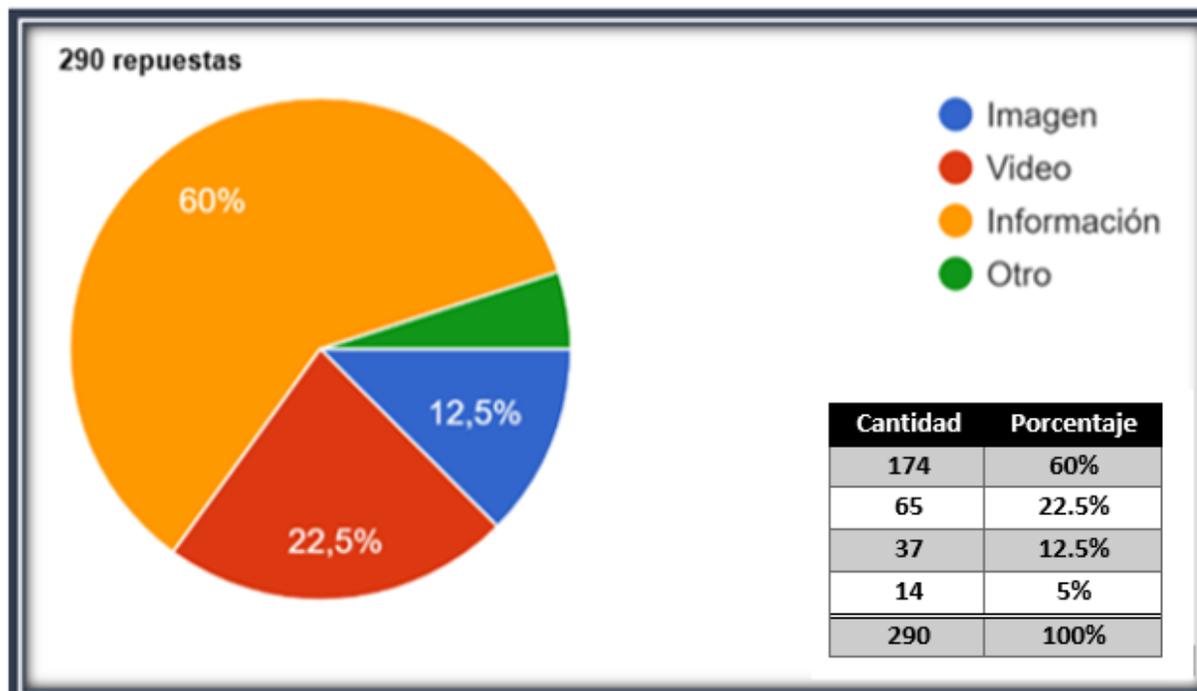
Fuente: elaboración propia

Según los datos estadísticos recabados y demostrados en la gráfica el 63.4% de la población encuestada, no tiene conocimiento de la existencia de otra entidad dedicada a la investigación, comprendido por 184 personas. El 36.6% de la población encuestada tiene conocimiento de la existencia a de otros centros de estudios o de investigación, comprendido por 106 personas. Se puede concluir que la mayoría de la población encuestada no tiene el conocimiento de la existencia de estos tipos de centros dedicados a la investigación.



9. ¿Qué le motiva a visitar otras páginas o grupos que sigue dentro de la red social Facebook?

Figura 13. Motivo de visitas en otras páginas en Facebook



Fuente: elaboración propia

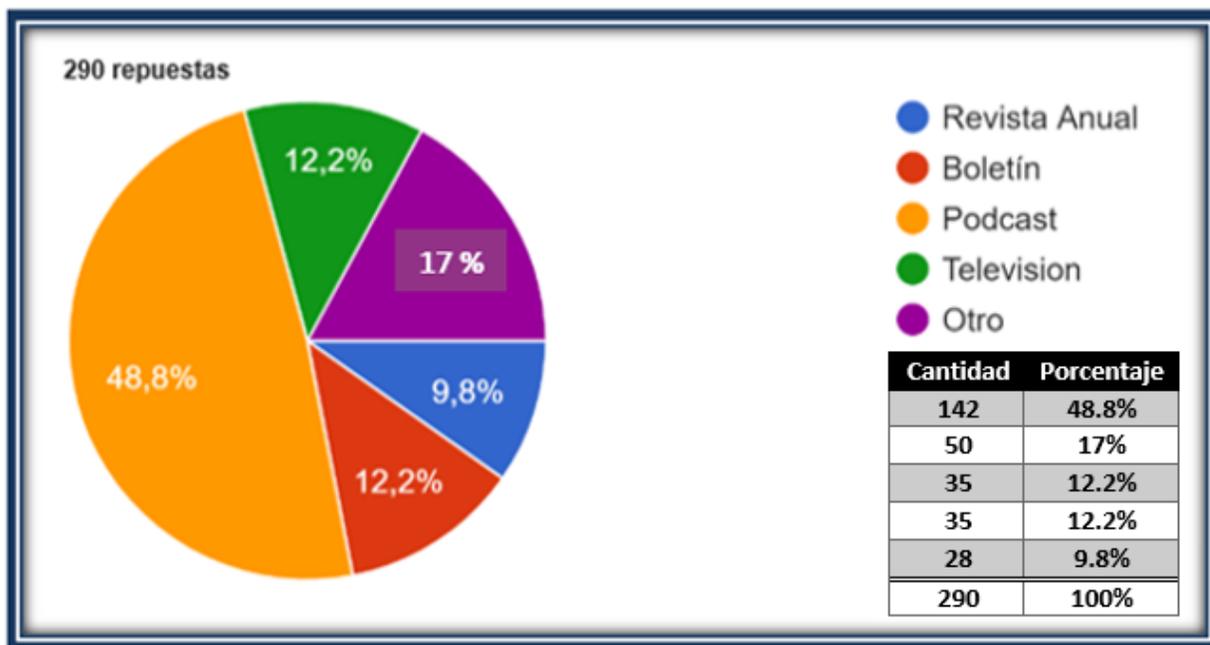
Según los datos estadísticos demostrados en la gráfica anterior, demuestra que el 60% de la población encuestada necesita la generación de creación de nuevos canales de información comprendido por 174 personas. El 22.5% de la población encuestada se encuentra relacionado con la creación de videos para poder conocer la información de las actividades realizadas por el centro, comprendido por 65 personas. El 12.5% ve la necesidad de la creación de imágenes que muestren la actividad realizada en la institución, comprendido por 37 personas.

Con los datos recabados en la gráfica anterior se puede concluir, que se necesita crear material para mantener posicionado al centro dentro de la población.



10. El Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala, es el encargado de rescatar, conservar, proteger, promover y difundir las diversas manifestaciones y valores fundamentales de la identidad multicultural del país. ¿Por qué medio le gustaría conocer sobre las investigaciones realizadas por el CECEG?

Figura 14. Qué medio le gustaría conocer a CECEG



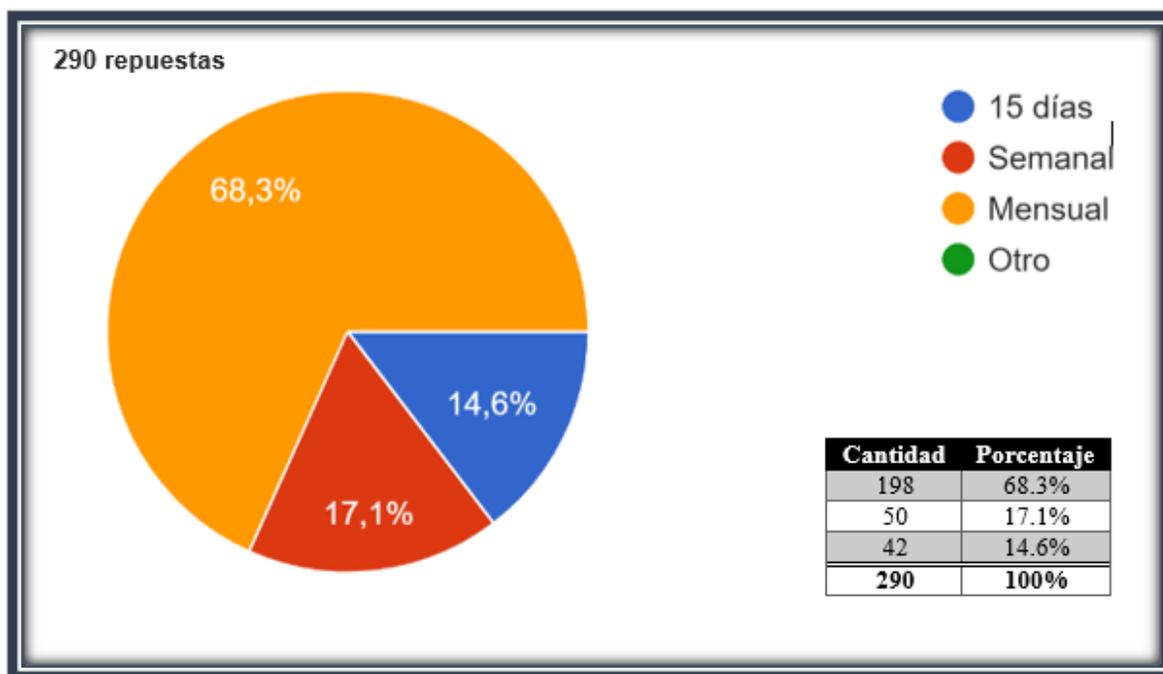
Fuente: elaboración propia

Según los datos recabados y demostrados en la gráfica anterior el 48.8% de la población encuestada, piensa que sería de buena manera crear la generación de podcast, comprendido por 142 personas. El 17.1% comprendido por 50 personas, necesita conocer CECEG por medios no convencionales. El 12.2% de las personas encuestadas sugieren la creación de contenido tanto en medios masivos como lo es la televisión y la generación de boletines informativos, comprendido por 35 personas y el 9.8% de la población encuestada desea seguir con la presentación de la revista anual que realiza el centro de estudios. Se puede concluir que el público objetivo requiere la creación de distintos contenidos para no generar la emigración a otras páginas similares.



11. ¿Con qué periodicidad le gustaría recibir información de las actividades de CECEG?

Figura 15. Con qué periodicidad le gustaría recibir información de CECEG



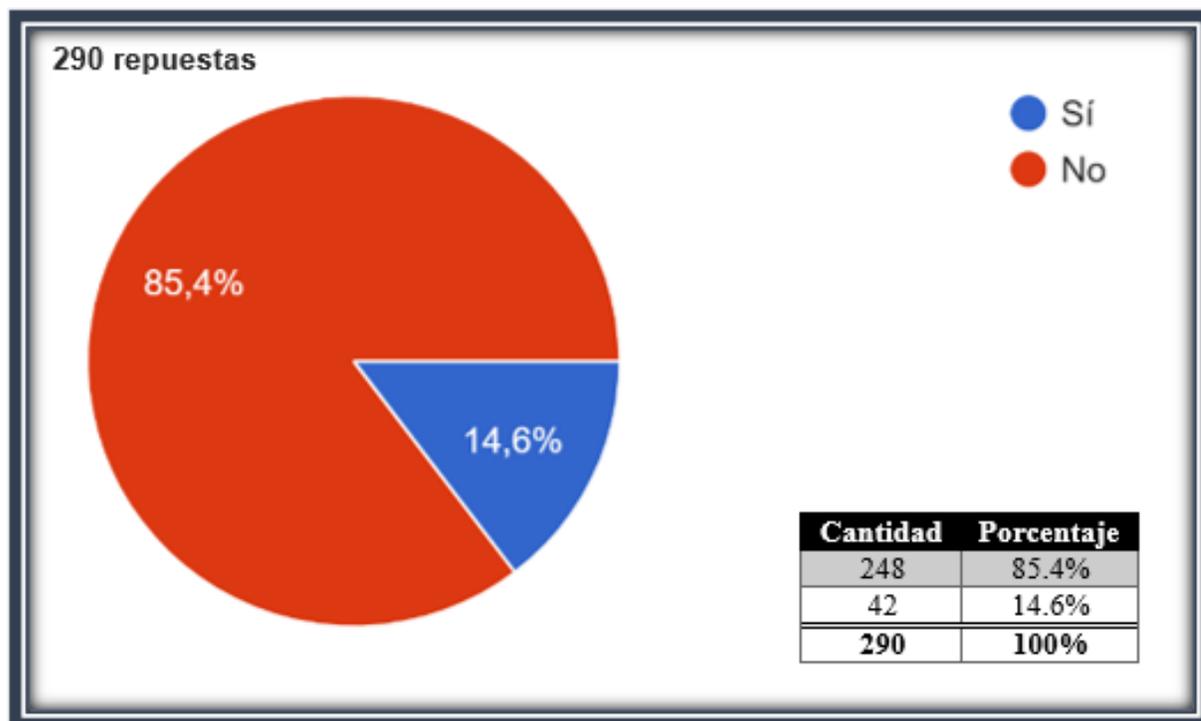
Fuente: elaboración propia

Según lo demostrado en la gráfica fue identificado que el 68.3% de la población encuestada le gustaría conocer a fondo la actividad realizada en un periodo mensual, contenido por 198 personas. El 17.1% le gustaría conocer el centro de estudios, obtener información para la generación. Se puede concluir que se requiere un departamento de comunicación obtener a una persona dedicada a velar por la misma.



12. ¿Conoce la página web de CECEG?

Figura 16. Gráfica sobre el conocimiento de la página web de CECEG



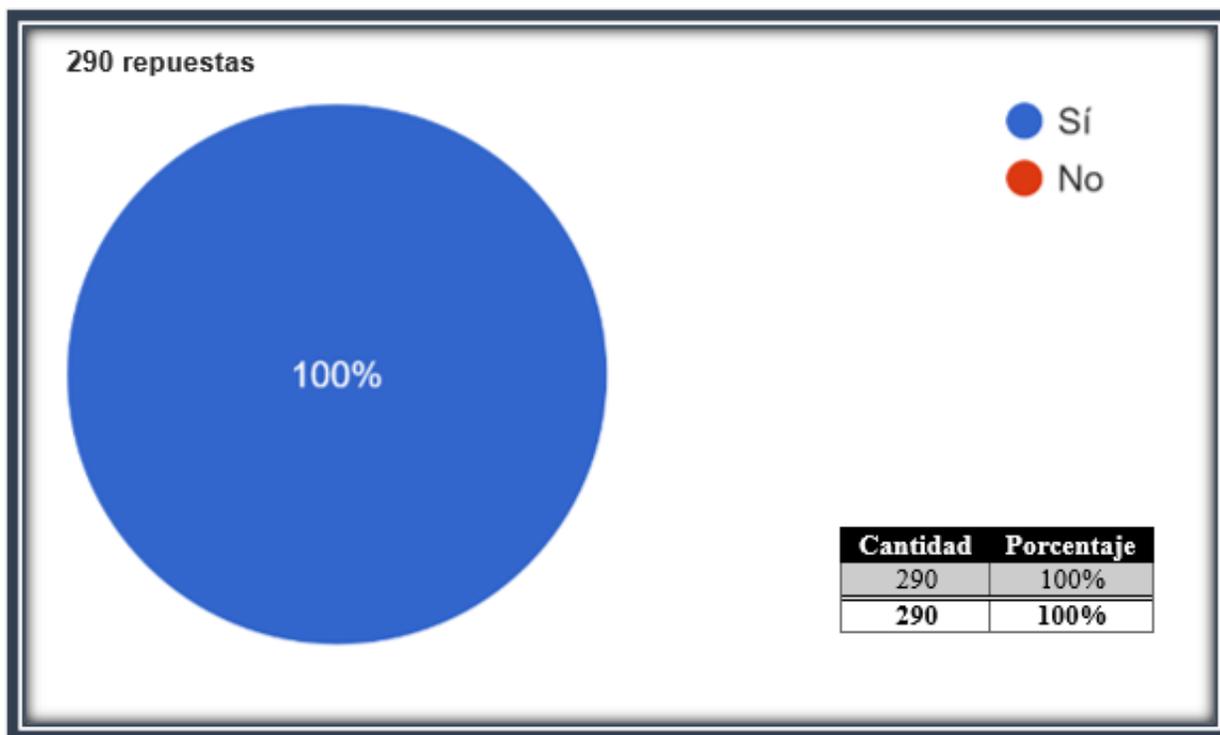
Fuente: elaboración propia

Según lo demostrado en la gráfica el 85.4% necesita conocer e informarse para poder visitar la página web, comprende la cantidad de 248 personas. El 14.6% que comprende a 42 personas que si tiene el conocimiento de las actividades de CECEG. Se logró concluir que es necesario crear contenidos en los canales existentes para poder generar expectación en la población que desea conocer las actividades de CECEG.



13. ¿Considera importante el vincular el perfil de *Facebook* con la página *web*?

Figura 17. Importancia de vincular *Facebook* a la página *web*



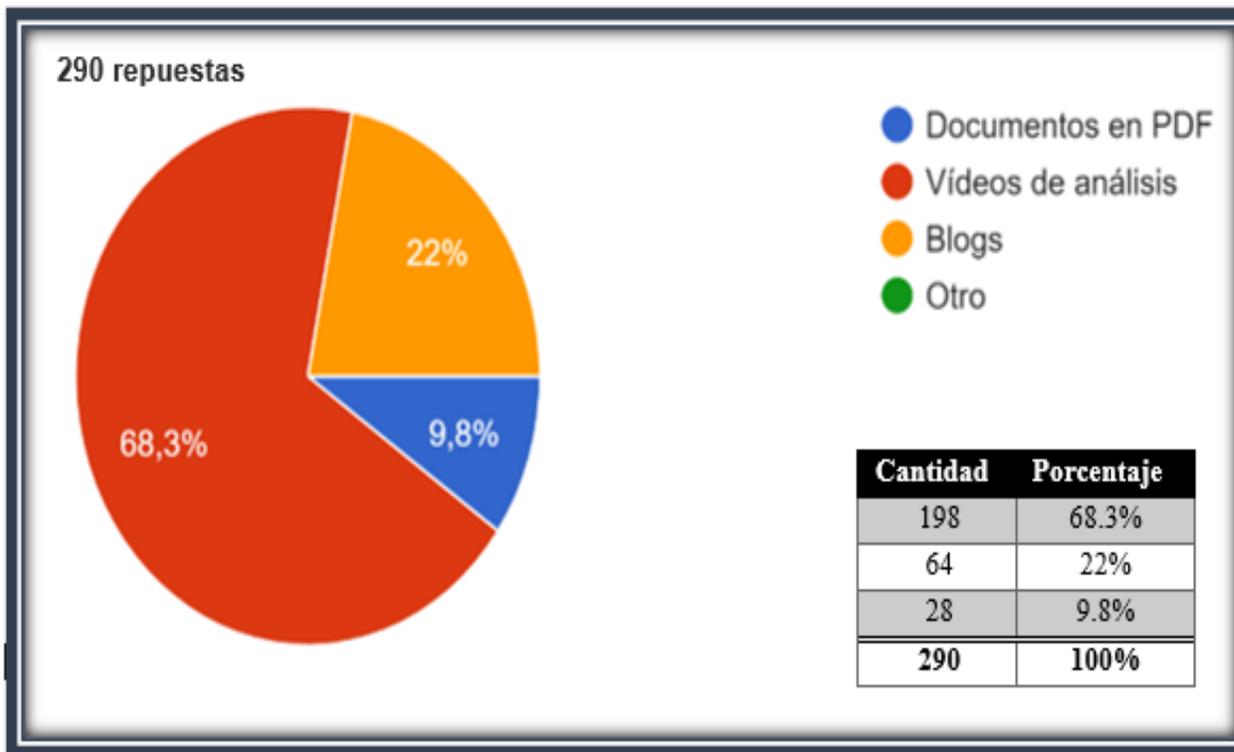
Fuente: elaboración propia

De acuerdo con la gráfica representa que el 100% de la población encuestada ven la necesidad de la vinculación tanto de *Facebook* con la página web, este 100% comprendido por 290 personas. Para concluir según los datos recabados, se puede dar a conocer, que hoy en día es de suma importancia el poder generar contenido que se maneje en un mismo contexto y así poder retener y posicionarse dentro de la mentalidad de la población general.



14. ¿Qué le gustaría encontrar en la página *web* del CECEG?

Figura 18. Qué le gustaría encontrar de CECEG



Fuente: elaboración propia

Según los datos estadísticos reflejados en la gráfica presentada el 68.3% de la población encuestada ve recomendable el poder conseguir información sobre el centro de estudios, comprendido por 198 personas. El 22% de la población que fue encuestada, le gustaría poder encontrar blogs o generar los mismos, comprendido por 64 personas y el 9.8% cree de gran utilidad crear documentos pdf para poder realizar investigaciones. Se puede concluir lo indispensable de poder generar conceptos para poder permanecer en actividad constante con los seguidores de la página *web* y *Facebook*.



1.14 FODA comunicacional

Según (Riquelme Leiva, 2016) en su publicación sobre el análisis del FODA, es una herramienta de planificación estratégica, diseñada para realizar un análisis interno (Fortalezas y Debilidades) y externo (Oportunidades y Amenazas) en la empresa. Por lo tanto, por medio del uso de la técnica de observación, las entrevistas con los investigadores, se podrá analizar y conocer cada una de ellas.

Se puede describir el F.O.D.A de la siguiente manera:

F = Fortalezas:

Son todos los atributos que una entidad corporativa tiene para alcanzar con sus objetivos empresariales o institucionales.

O = Oportunidades:

Son las condiciones externas que tiene la industria u organización, las cuales son de gran utilidad para poder obtener los objetivos de comunicación.

D = Debilidades

Son los factores que pueden afectar la ejecución del objetivo.

A = Amenazas:

Es lo perjudicial, lo que amenaza la supervivencia de la industria o empresa que externamente se establecen, las cuales pudieran convertirse en oportunidades para poder alcanzar el objetivo.



Tabla 5 FODA Institucional

Fortalezas	<ul style="list-style-type: none">▪ Cuenta con trayectoria histórica.▪ Es una entidad pública.▪ Cuenta con nueve especialistas en su terna.▪ Las personas externas, creen en los aportes que brinda el CECEG.
Oportunidades	<ul style="list-style-type: none">▪ Los medios masivos buscan al centro para recolección de investigaciones y obtener información.▪ Se cuenta con el apoyo de Radio USAC, TV USAC. Estos podrían apoyar a la creación de contenidos para el CECEG.▪ Las autoridades actuales, están en total disponibilidad en generar y tener un mejor manejo de los canales de comunicación.▪ Cuentan con página web y Facebook, estos dos medios pueden beneficiar al CECEG para poder posicionarse dentro de sus seguidores.
Debilidades	<ul style="list-style-type: none">▪ No cuentan con un departamento de comunicación.▪ No cuentan con alguien encargado de generar comunicación.▪ No tienen delimitado o definido su grupo objetivo.▪ La Universidad no tiene contemplado el crear un departamento de comunicación.
Amenazas	<ul style="list-style-type: none">▪ El no generar material de consumo dígase: podcast, capsulas informativas, fotografías sobre las investigaciones, etc. Podría dejar al centro en segundo plano.▪ El no reconocimiento del centro por parte de su grupo objetivo dejaría en cuestionamiento la función y actividad de este.▪ El no crear contenido utilizando los canales de comunicación como lo es su página <i>web</i> y su perfil de <i>Facebook</i>, no logrará posicionarse en grupos objetivos más joviales.

Fuente: elaboración propia



1.15 Problemas Detectados:

Dentro del Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala, se detectaron los siguientes problemas de comunicación:

- No cuentan con un departamento de comunicación.
- Se observó que la comunicación externa está en manos de todos los investigadores.
- No se poseen recursos para generar o crear este departamento de comunicación, ya que es un centro que no tiene fines de lucro.
- No se genera contenido para su perfil de *Facebook*.
- No tienen definido su grupo objetivo

1.16 Planteamiento del problema comunicacional

¿Cuál es la problemática de no generar actualizaciones de las actividades realizadas por el Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala? Partiendo que la falta de un departamento o una persona especializada en comunicación genera el no poder crear y velar dar a conocer las distintas actividades de investigación que realiza el CECEG, la cual se podría aprovechar debido a que es el único centro que se dedica a estudiar y cuidar las tradiciones culturales del país.

También se presenta la problemática económica que vive la Universidad de San Carlos de Guatemala, ya que esta genera incertidumbre al invertir en campañas externas de comunicación, así como el de implementar un departamento de comunicación dentro del Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala.

1.17 Indicadores de Éxito

- El Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala (CECEG) está en total disposición de brindar el apoyo necesario para llevar a cabo la ejecución del proyecto que en mayor parte sería de manera orgánica la estrategia de comunicación externa.
- El Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala, apoyará con brindar información, material que se pueda trabajar para poder ejecutar la estrategia en redes sociales.



1.18 Límites y Alcances de la investigación

Alcances

- Se generará contenido actualizado dentro de su perfil de *Facebook*, para interactuar de una mejor manera con los seguidores del perfil.
- Este trabajo se enfocará directamente a la creación de contenidos que alimenten la página *web* del centro por medio del uso de la aplicación *Facebook*.
- Esta investigación encontrará y segmentará a su grupo objetivo al cual será enviado los mensajes.
- La estrategia que se desarrolle será de utilidad para el centro de estudios en campañas futuras en las que se desee hacer partícipes a su grupo objetivo.

Limitaciones

- Las estrategias creadas en este proyecto serán en su fase inicial de manera orgánica, esto debido a la falta de recursos económicos de la institución.
- El centro de estudios carece de un departamento de comunicación, esto podría perjudicar en la creación y mantenimiento de contenidos dentro del perfil en *Facebook* y la página *web*.

1.19 Cronograma del diagnóstico:

Tabla 6 Cronograma de actividades EPS 2022

No.	Actividad	Tiempo de duración														
		Enero					Febrero					Marzo				
		S1	S2	S3	S4	S5	S1	S2	S3	S4	S5	S1	S2	S3	S4	S5
1	Propedéutico															
2	Entrega de ficha de perfilación															
3	Conferencias Normas Apa															
4	Asignación de grupos y supervisor															
5	Reunión con director de CECEG y entrega de carta de solicitud de práctica															
6	Fase de documentación sobre CECEG															
7	Entrevista con el director de CECEG para recabar información y retroalimentación															
8	Elaboración y redacción fase diagnóstico															
9	Entrega informe Diagnóstico															

Fuente: elaboración propia



1.20 Proyecto a desarrollar

Diagnóstico de la comunicación externa del Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala de la Universidad de San Carlos de Guatemala



Capítulo 2

Plan estratégico de comunicación

2.1 Plan de comunicación

El plan estratégico de comunicación consiste en una serie sistemática y planificada, previamente determinada por un proceso de observación que, con el apoyo de las herramientas, técnicas y métodos de investigación, se puede llegar a realizar las acciones que lleven a cambios en los cuales se pueda lograr el cumplimiento de objetivos establecidos dentro del diagnóstico realizado.

Según (Montserrat Gauchi) el plan estratégico de comunicación es un instrumento de previsión de actuaciones para un tiempo determinado, el cual recoge las acciones ejecutadas en el plan comunicacional que debe desarrollar la empresa para lograr conseguir los objetivos previamente estipulados en la planificación.

Según (Garrido M., 2017) en su artículo de comunicación estratégica menciona que hay quienes ven la estrategia de comunicación como “un plan de acción global que opera en el campo teórico, con decisiones no sistematizadas, mediante el método de prueba y error”, donde se podría colocar la comunicación estratégica dentro de una integración de elementos ordenados en un plan.

Dentro de la observación en cuanto a la comunicación interna y externa del Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala, la falta de creación de contenidos para su red social *Facebook* se identifica como el mayor problema a generar posicionamiento para con sus seguidores, siendo este centro un sujeto de análisis comunicacional, creando la necesidad de intervención dentro del campo de la investigación, planificación y ejecución, todo esto para mejorar los mensajes, enfoques, medios y técnicas. Así poder generar una estrategia efectiva que permitirá la implementación y la transformación de los recursos existentes.

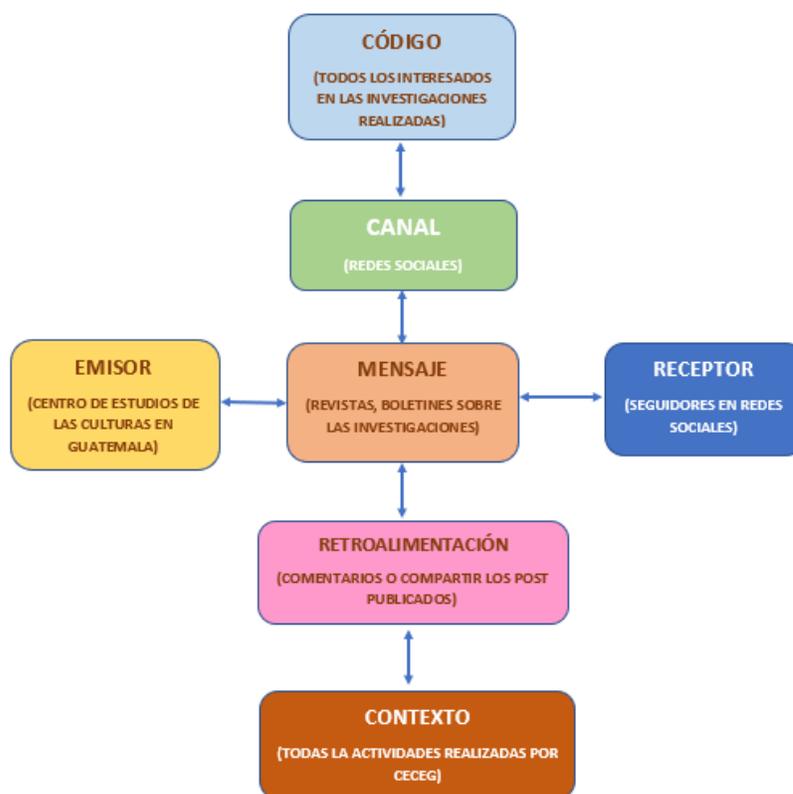


Dentro del marketing la comunicación es una herramienta, eficaz para lograr ejecutar la planificación estratégica de la comunicación, la misma debe cumplir o atender ciertos principios que tiene esta disciplina. (Montserrat Gauchi, 2014)

2.2 Elementos comunicacionales

Dentro de los elementos de la comunicación se encuentran los siguientes elementos: emisor, receptor, mensaje, canal, contexto, ruido, código y retroalimentación. El uso adecuado de estos elementos ayuda a desarrollar una mejor comunicación.

Figura 19. Elementos de la comunicación



Fuente: elaboración propia



Según se muestra en la imagen anterior, los elementos de la comunicación son los siguientes:

- Emisor: Es aquel que emite el mensaje.
- Receptor: Es todo aquel que puede recibir y atender el mensaje enviado por el emisor.
- Código: Conjunto de signos y reglas que forman el mensaje, codificado por el emisor y decodificado por el receptor.
- Mensaje: Información que el emisor desea hacer saber al receptor.
- Canal de comunicación: Es el medio de transmisión de los datos o información del mensaje.
- Ruido: Son interferencias no deseadas en el proceso de comunicación.
- Retroalimentación: Es cuando el receptor puede generar respuesta del mensaje recibido por el emisor.

2.2.1 Comunicación organizacional

Dentro de una organización la comunicación puede dividirse tanto interna como en externa. Por ello la situación de creación de contenido informativo se expresa a través de interlocutores de manera verbal, en este paso los investigadores del centro tienen gran participación dentro el proceso de recabar datos, estos pueden ser escritos y auditivos, que son de manejo público.

Según (Guzman Paz, 2012) la comunicación está determinada por el contexto en el que está inscrita. Esto concierne a todas las relaciones que unen a las personas o grupos que desarrollan el proceso de comunicación, el cuadro en el que se sitúa la interacción y la condición que permite relacionarse con los protagonistas.

2.2.1.1 Tipos de comunicación organizacional

Existen varios tipos de comunicación organizacional, a continuación, se presentarán los siguientes:

- Comunicación Interna
- Comunicación externa



2.2.2 Comunicación Interna:

Es el tipo de comunicación que se genera dentro de la institución en la cual establece vínculos informativos de diversa naturaleza. Es la herramienta de gestión que puede entenderse como una técnica, la cual se encuentra dirigida específicamente al público interno, al personal de una empresa, a todos sus integrantes y que se da en un entorno participativo, productivo y armonioso. (Brandolin & González Frígoli, 2019)

Figura 20. Tipos de comunicación interna



Fuente: elaboración propia



2.2.3 Comunicación externa:

Su objetivo es el mejorar la imagen de marca y en ella se ve la vinculación de las relaciones de la empresa para con la población externa, dígase: consumidores, accionistas, proveedores y público en general. Esta comunicación comprende todo lo relacionado con los mensajes emitidos desde la organización hacia afuera de la misma. (Pinto Yerovi, 2017)

Figura 21. Tipos de comunicación externa



Fuente: elaboración propia

2.3 Objetivos del plan de Comunicación

2.3.1 Objetivo General

- Fortalecer la comunicación externa del Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala.

2.3.2 Objetivos específicos

- Promover la comunicación externa del Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala
- Mejorar la creación de contenidos para la red social *Facebook*.
- Implementar nuevos canales de comunicación externa.



2.4 Estrategia

El plan estratégico por desarrollar se podrá ejecutar en el perfil de *Facebook* del Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala, esto en cuanto a creación de podcast, videos. Esto en base a las encuestas y la observación realizadas, para poder generar contenido en el cual los seguidores del perfil de dicha aplicación puedan conocer y compartir con el centro las investigaciones realizadas por el mismo.

2.5 Actividades o Acciones de la estrategia

Para lograr el cumplimiento del objetivo general se realizarán diferentes propuestas de actividades que ayudarán al cumplimiento de los objetivos específicos.

Tabla 7 Actividad 1 Correo Institucional

Objetivo específico	
<ul style="list-style-type: none"> Promover la comunicación externa del Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala 	
Actividad 1	Correo institucional
Creación de correo institucional	La generación de este correo será de gran aporte para el centro, esto con la finalidad de poder utilizar las nuevas herramientas de comunicación.
Problema	Autorización de las autoridades para poder realizar dicha acción.
Objetivo comunicacional	Poder utilizar las nuevas redes sociales que se implementarán en CECEG.
Público Objetivo	Personal administrativo de CECEG
Modo de difusión	Sitio <i>web</i> , <i>Facebook</i> .
Acción 1	Esto se realizó con la finalidad de crear tanto el perfil de <i>Tiktok</i> y la apertura del canal en <i>Youtube</i> .

Fuente: elaboración propia



Tabla 8 Actividad 2 Capacitaciones

Objetivo específico	• Mejorar la creación de contenidos para la red social <i>Facebook</i> .
Actividad 2	
	Capacitaciones
Cinco capacitaciones	Esto con la finalidad de que todos y todas puedan crear contenido por medio de las nuevas herramientas de comunicación.
Problema	El Centro de estudios de las Culturas en Guatemala no posee un departamento de comunicación.
Objetivo comunicacional	Capacitar a los investigadores para la implementación y uso de nuevas herramientas de comunicación.
Público Objetivo	Investigadores de CECEG.
Modo de difusión	5 capacitaciones virtuales duración de una hora.
Acciones 2	Se realizarán cinco capacitaciones del uso de nuevas herramientas, entre ellas las siguiente: <ul style="list-style-type: none"> • <i>Capcut</i>. • <i>Tiktok</i> • Tipografía en redes sociales • Conocimiento y elaboración de <i>Podcast</i> • Introducción a la fotografía

Fuente: elaboración propia

Tabla 9 Actividad 3 Creación de Tiktok

Objetivo específico	• Implementar nuevos canales de comunicación externa.
Actividad 3	
	Cuenta en <i>Tiktok</i>
Crear una cuenta en la app <i>TikTok</i>	Considerando el posicionamiento de dicha red social y aprovechando el poder de divulgación de los mensajes dentro de la misma.
Problema	El centro de estudios no tiene segmentado su grupo objetivo.
Objetivo comunicacional	Conocer al público objetivo, para poder crear contenidos que los mantenga en constante comunicación con las actividades del centro.
Público Objetivo	Jóvenes y personas interesadas en las investigaciones realizadas por el CECEG.
Modo de difusión	<i>Facebook</i> y página <i>web</i> .
Acción 3	Creación de perfil <i>tiktok</i> y 5 capsulas de videos

Fuente: elaboración propia



Tabla 10 Actividad 4 creación de podcast

Objetivo específico	• Implementar nuevos canales de comunicación externa.
Actividad 4	
Creación de Podcast	Estratégicamente aprovechando lo actual que es el realizar podcast para dar a conocer los contenidos o presentar a que se dedica CECEG.
Problema	Factor tiempo y/o falta de recursos de la Universidad.
Objetivo comunicacional	Dar a conocer las investigaciones de CECEG por medio de las plataformas mencionas y así poder dar tráfico en su página <i>web</i> .
Público Objetivo	Población en general interesados en la cultura, tradición e historia de Guatemala.
Modo de difusión	<i>Facebook, Tiktok</i>
Acción 4	Se crearía 6 podcast audios

Fuente: elaboración propia

Tabla 11 Actividad 5 Creación canal de *youtube*

Objetivo específico	• Implementar nuevos canales de comunicación externa.
Actividad 5	
Canal de Youtube	Esto con el fin de tener mayor impacto dentro de sus seguidores en la red social <i>Facebook</i>
Problema	No poder generar cambios debido a procesos de administración universitaria.
Objetivo comunicacional	Dar a conocer las actividades realizadas por el centro durante el año administrativo.
Público Objetivo	Hombres y mujeres que tienen contacto directo con el perfil de Facebook del centro de estudios.
Modo de difusión	<i>Facebook, Tiktok</i>
Acción 5	Realización de 5 podcast y poder postearlos en el perfil de <i>Facebook</i> .

Fuente: elaboración propia



2.6 Público objetivo

Población guatemalteca en los rangos de las edades de 20 a 45 años, que estén interesados en la investigación respecto a las culturas, tradiciones e historia guatemalteca. Hombres y mujeres estudiantes universitarios y/o trabajadores en áreas de comunicación, que tomen de apoyo sus proyectos de investigación como referencia a CECEG.

2.7 Mensaje clave

El mensaje clave captura la atención de tu grupo objetivo potencial, les dice cómo puedes resolver su problema, por qué deben confiar en ti y por qué deben elegir hacer negocios o tener contacto contigo por encima de cualquier otra opción posible. (M. Meza, 2019).

Los mensajes claves a utilizar para atraer al público objetivo serán:

Tabla 12 Mensajes clave para videos

Videos para postear en <i>Facebook</i>
<ul style="list-style-type: none">• Juicio sobre la obra: <i>Tiempos recios de Mario Vargas Llosa</i>• Efectos de comportamiento por situaciones de encierro... Pandemia covid-19• Medicina tradicional guatemalteca ante la pandemia covid-19• Conozcamos a las mujeres de Zapotitlán, Jutiapa en su labor ancestral en la elaboración de alfarería y bordados.• Relatos de adultos mayores, una literatura Testimonial en tiempos de covid-19• Contexto histórico: breves aportes para interpretación de la pandemia.• Comentarios y conocimientos de la literatura tradicional y popular guatemalteca. (Celso Lara)• En gastronomía, veamos y conozcamos el caldo colorado. Que es de gran tradición en favor a Santo Domingo de Guzmán.

Fuente: elaboración propia



Tabla 13 Mensajes clave para *Tiktok*

Videos para <i>Tiktok</i>
<ul style="list-style-type: none"> • Historia de la Luz • Gastronomía tradicional guatemalteca en noviembre • Reseña del 20 de octubre del 1944 • Conozcamos la fiesta patronal del 15 de agosto en Guatemala • 15 de septiembre, independencia. • El arte del Barrilete y su historia. • Historias en audio, pertenecientes a CECEG.

Fuente: elaboración propia

Tabla 14 Mensajes clave para podcast

Fotografías para post en <i>Facebook</i>
<ul style="list-style-type: none"> • Vuelo de Barriletes • Personajes que participan en Podcast • Gastronomía de 15 de agosto • Gastronomía de 1 de noviembre

Fuente: elaboración propia

2.8 Indicadores de las acciones

Tabla 15 Indicadores de las acciones

Objetivo general	Objetivos específicos	Acción	Indicador	Modos de verificación
Fortalecer la comunicación externa del Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala	Promover la comunicación externa del Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala	Crear contenido para perfil de <i>Facebook</i> .	Verificar el incremento de <i>likes</i> Y visualizaciones.	Cantidad de: • Seguidores • Me gusta • Comentarios • Veces compartidas.
	Impulsar la creación de contenidos para la red social <i>Facebook</i> .	Capacitar a los investigadores en uso de la aplicación <i>CapCut</i>	Verificar la calidad de publicaciones.	<ul style="list-style-type: none"> • Listado de asistencia • Prueba al finalizar la capacitación.
	Posicionar la imagen del Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala para con sus seguidores dentro de la red social <i>Facebook</i> .	Creación de Podcast	Verificar el impacto generado por la creación de contenido.	-Observación

Fuente: elaboración propia



2.9 Recurso Humano

Personal	Cargo	Actividad a realizar
Ing. Agr. Mario Antonio Godínez López Lic. Juan Pablo González	Directores del Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala.	Dirige el Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala, el cual cuenta con un grupo de investigadores que resaltan las culturas de Guatemala.
Sofía Fabian Ortiz	Encargada de recepción	Encargada de mantener comunicación de estudiante de EPS con el Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala.
Mario Rodríguez	Operador de informática #1	Encargado del mantenimiento de la página web, Facebook. Él apoyara en la publicación y mantenimiento de contenidos realizados por estudiante de EPS.
M.A. Luis Pedroza Gaytán	Coordinador de Ejercicio Profesional Supervisado de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala 2022.	Es el encargado de coordinar el Ejercicio Profesional Supervisado, con el apoyo de los supervisores de cada grupo de estudiantes que realizan dicho ejercicio.
M.A. Evelin Morazán	Supervisora encargada del grupo de EPS de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala.	Supervisa el trabajo que realizan los estudiantes de EPS 2022 de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala.
José Israel Pinto Aldana	Estudiante de la Escuela de Ciencias de la Comunicación que realiza el Ejercicio Profesional Supervisado, en el área de comunicación institucional.	Encargado de elaborar estrategias, capacitaciones y generación de contenidos para el Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala.

Fuente: elaboración propia



2.10 Financiamiento y presupuesto

Es importante mencionar que respecto al financiamiento de este proyecto que se propondrá, se espera que se labore de la manera más orgánica posible y se pueda lograr la estrategia de comunicación con los recursos humanos y tecnológicos existentes y los propuestos.

Tabla 16 Presupuesto sugerido

Presupuesto sugerido	
Asesoría en comunicación	Q10,000.00
Diseñador gráfico / Q250.00 por hora	Q2,500.00
Capacitación de fotografía	Q3,500.00
Videos institucionales de 15 segundos	Q2,000.00
Calendario mensual, generación de contenido 10 post (normal, gift, video).	Q1750.00
Generación de contenido 10 post (Normal, gift, video) y Community Manager.	Q2950.00
Ajuste a tamaño ideal foto de perfil de Facebook	Q100.00

Fuente: elaboración propia

2.11 Beneficiarios

El impacto de la estrategia de comunicación institucional beneficiará primordialmente al Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala (CECEG). Pero en general los beneficiados con este proyecto son:

- Los investigadores del Centro de estudios de las culturas en Guatemala.
- La población en redes sociales que deseen conocer, investigar y obtener información que ha sido recabada por el centro.
- La Universidad de San Carlos de Guatemala, ya que el CECEG es un centro de investigación de dicha unidad académica.



2.12 Áreas Geográficas de Acción

El Centro de la Culturas en Guatemala, se encuentra ubicado en la Avenida La Reforma 0-09 zona 10, en la manzana del Jardín Botánico, frente a la rotonda.

Para la comunidad virtual del Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala, se determina por medio de *Facebook*, un total de 1,232 seguidores.

2.13 Cuadro operativo de la estrategia

Tabla 17 Cuadro operativo de la estrategia

Actividad o producto comunicacional	Objetivos Específicos	Presupuesto	Recurso humano	Área geográfica de impacto	Beneficiarios	Ejecución
Crear contenido para Facebook	Promover la comunicación externa de CECEG.	Q10,000.00	Asesor de Comunicación		Investigadores de CECEG.	1 de junio 2022
Capacitaciones	Impulsar la creación de contenidos para <i>Facebook</i> .	Q2,500.00	Diseñador gráfico	Perfil de <i>Facebook</i> de CECEG	Seguidores de CECEG en su perfil de <i>facebook</i> .	3 y 4 de junio
Modificación de tamaño de fotografía de perfil de Facebook	Posicionar la imagen de CECEG.	Q3,500.00	Centro de estudios de las Culturas en Guatemala Capacitadores fotografía	Página <i>Web de CECEG</i>	Página <i>web</i> de CECEG	Generación de 2 videos por mes, de junio a noviembre 2022.
Creación de Podcast						

Fuente: elaboración propia



2.14 Cronograma del Plan de comunicación

Tabla 18 Cronograma del plan comunicacional

N o.	Actividad	Meses																															
		Junio				Julio				Agosto				Septiembre				Octubre				Noviembre											
	Descripción	S 1	S 2	S 3	S 4	S 1	S 2	S 3	S 4	S 1	S 2	S 3	S 4	S 1	S 2	S 3	S 4	S 1	S 2	S 3	S 4	S 1	S 2	S 3	S 4	S 1	S 2	S 3	S 4				
1	Creación de contenido para perfil de Facebook																																
2	Capacitar a los investigadores en el uso de la aplicación <i>Capcut</i> .																																
3	Crear una cuenta del centro en la aplicación <i>Tiktok</i> .																																
4	Modificación de la medida del logo dentro de la foto de perfil de <i>Facebook</i>																																
5	Creación de <i>podcast</i>																																
6	Capacitación de fotografía																																

Fuente: elaboración propia



Capítulo 3

Ejecución del plan de Comunicación

3. Informe de ejecución:

Dentro del plan de comunicación propuesto al Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala, CECEG, se logró desarrollar lo siguiente:

a) Capacitaciones:

Las cuales han sido de gran apoyo para la implementación temas como los siguientes:

- Introducción al uso de la red social *Tiktok*,
- Conocimiento y uso de la aplicación *CapCut*,
- Tipo de Tipografías para redes sociales,
- Conocimiento y elaboración de Podcast,
- Introducción a la fotografía

b) Creación de correo Institucional: Esto se realizó con la finalidad de crear tanto el perfil de *Tiktok* y la apertura del canal en *Youtube*. Sin este no se lograría tener enlazados los canales de comunicación para un mejor control y uso de las relaciones con el público objetivo.

c) Creación de la red social *TIKTOK*. Dicha aplicación se implementó con la finalidad de llegar a un nuevo grupo más joven y estar a la vanguardia dentro de las plataformas existentes.

d) Cápsulas de vídeo, los cuales aportan conocimiento de las actividades realizadas por el centro durante el año administrativo, se realizaron seis videos.

e) Canal de Youtube, creación de *Podcast* esto con el fin de poder dar tráfico a otra gran red como lo es *Facebook*, siendo esta la de más antigüedad dentro del centro para poder compartir con sus seguidores toda actividad realizada por el mismo.

Todo esto se logró realizar tomando en cuenta las encuestas y la observación, todo con la finalidad de poder generar contenido en el cual los seguidores del Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala puedan conocer y compartir las investigaciones realizadas por el mismo.



3.1 Ejecución 01: Capacitaciones

- **Objetivo:**
Mejorar la comunicación externa del Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala, logrando generar contenidos multimedia en este caso video, los cuales muestran el producto de las investigaciones realizadas.
- **Medio utilizado:** la plataforma Google *Meet de 1 hora*.
- **Presupuesto utilizado:** sin costo, ya que se logró conseguir el apoyo de distintos profesionales expertos en los temas expuestos.
- **Resultados obtenidos:** la disponibilidad de todos los investigadores al realizar dicha actividad, la participación en cada una de las capacitaciones realizadas, haciendo constatar que el Centro necesita innovar y actualizarse para llegar a un grupo objetivo de personas más jóvenes.
- **Evidencia del material:** Capacitaciones virtuales

Figura 22. Capacitación introducción a la fotografía



Fuente: elaboración propia



3.2 Ejecución 02: Creación de correo institucional

- **Objetivo:**
Generar una cuenta de *Gmail* para poder crear por medio de este mismo un usuario en la aplicación de *Tiktok*.
- **Medio utilizado:** cuenta de *Gmail*.
- **Presupuesto utilizado:** no se generó costo alguno, ya que el estudiante del ejercicio profesional supervisado ejecuto la misma.
- **Resultados obtenidos:** la elaboración de perfil de *Tiktok* y canal de *Youtube*
- **Evidencia del material:**
Creación de perfil de cuenta en *Gmail*.

Figura 23. Creación de correo institucional

Google

Crear tu cuenta de Google

Ir a Gmail

Nombre Apellido

Nombre de usuario @gmail.com

Puedes usar letras, números y signos de puntuación

Contraseña Confirmación

Usa 8 o más caracteres con una combinación de letras, números y símbolos

Mostrar contraseña

[Acceder a tu cuenta en su lugar](#)



Una cuenta. Todos los servicios de Google a tu disposición.

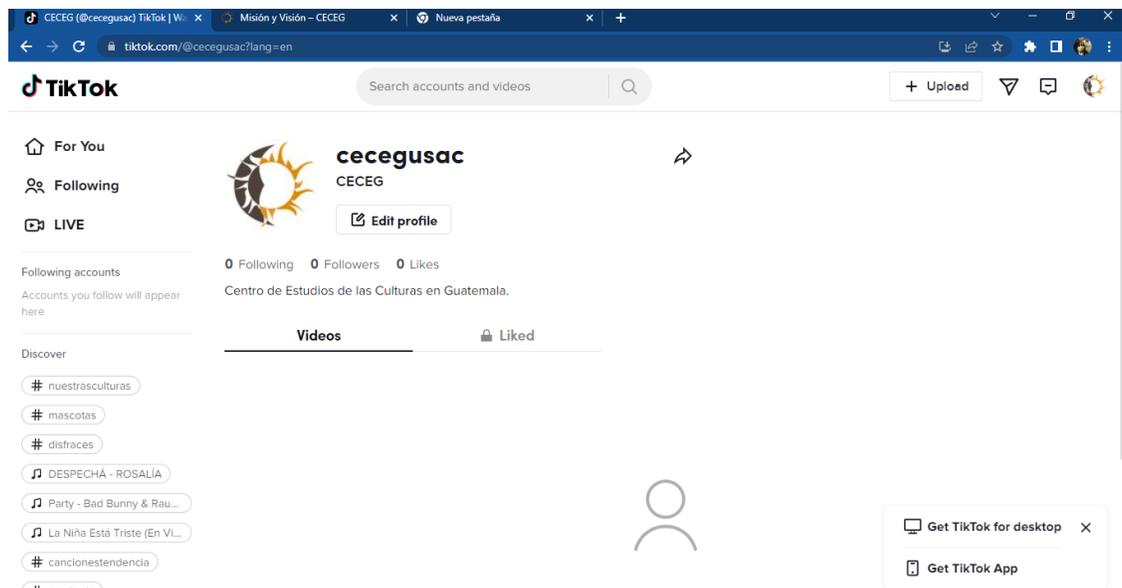
Fuente: elaboración propia



3.3 Ejecución 03: Creación de *TikTok*

- **Objetivo:**
Posicionar a la institución en esta nueva plataforma aprovechando la divulgación de los mensajes dentro de la misma.
- **Medio utilizado:** red social *TikTok*, por medio de una cuenta de *Gmail*.
- **Presupuesto utilizado:** sin costo, ya que el estudiante del ejercicio profesional supervisado ejecuto la misma.
- **Resultados obtenidos:** la elaboración de contenidos para dicha red social, fue con el apoyo de los investigadores que mostraron empatía ante la nueva experiencia así compartir sus experiencias
- **Evidencia del material:**
Creación de perfil de *TikTok*.

Figura 24. Creación de cuenta en Tiktok



Fuente: elaboración propia



3.4 Ejecución 04: Creación de canal de *Youtube*

- **Objetivo:**
Dar a conocer por medio de la elaboración de contenido en este canal, las actividades de CECEG por medio de las plataformas mencionas y así poder dar tráfico en su página web.
- **Medio utilizado:** Canal de *Youtube*, creado por el estudiante del ejercicio profesional supervisado por medio del correo institucional creado por este mismo.
- **Presupuesto utilizado:** sin costo alguno, ya que el estudiante del ejercicio profesional supervisado ejecuto la creación de este canal de comunicación.
- **Resultados obtenidos:**
Perfil en el cual se puede elaborar contenido y poder postear en el perfil de Facebook del Centro de estudios de las culturas en Guatemala.
- **Evidencia del material:**

https://www.youtube.com/channel/UC6w-2tq_dOJ7eFW60ZeHD6A

Figura 25. Creación de canal en Youtube



Fuente: elaboración propia



3.5 Ejecución 05: Cápsulas de Podcast

- Objetivo:
Dar a conocer las investigaciones de CECEG por medio de las plataformas mencionadas y así poder dar tráfico en su página web.
- Medio utilizado: Perfil de la red social *Tiktok*, *Facebook* y del canal de *Youtube*.
- Presupuesto utilizado: sin costo alguno, ya que el estudiante del ejercicio profesional supervisado ejecuto la creación de cada uno de estos canales de comunicación.
- Resultados obtenidos:
Grabación de audio y videos dentro de las instalaciones del Centro de estudios de las culturas, con la colaboración de los investigadores para crear contenido para *Youtube* y el perfil de *Tiktok*.
- Evidencia del material:
https://www.youtube.com/channel/UC6w-2tq_dOJ7eFW60ZeHD6A

Figura 26. Creación de podcast



Fuente: elaboración propia



3.6 Cronograma general

Tabla 19 Cronograma de actividades 1

No.	Actividad	MESES																				
		Enero				Febrero				Marzo					Abril					Mayo		
		S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S5	S1	S2	S3	S4	S5	S1	S2	S3
1	Semana Propedéutica Diagnóstico																					
2	Entrega de la Guía Fase 1 - "El Diagnóstico"																					
3	Conferencia Normas APA -6																					
4	Elaboración fase Diagnóstica																					
5	Semana Propedéutica Plan																					
6	Entrega de la Guía Fase "El Plan de Comunicación"																					
7	Elaboración y entrega de Plan Estratégico de comunicación																					
8	Proceso de entrega papelería de EPS para completar inscripción																					
9	Presentación del Diagnóstico y Plan a la empresa o Institución																					

Fuente: elaboración propia

Tabla 20 Cronograma de actividades 2

No.	Actividad	MESES																									
		Junio					Julio					Agosto					Septiembre					Octubre		Noviembre			
		S1	S2	S3	S4	S5	S1	S2	S3	S4	S5	S1	S2	S3	S4	S5	S1	S2	S3	S4	S5	S1	S2	S3	S4	S5	S1
10	Ejecución del Plan -Estratégico de Comunicación																										
11	Actividad 1: CAPACITACIONES (Uso de TikTok, creación de podcast, uso de aplicación y uso de aplicación de Capcut, introducción a la fotografía)																										
12	Actividad 2: Grabaciones de audio y video para podcast																										
13	Actividad 3: Adaptación de foto de perfil y portada del perfil de Facebook																										
16	Entrega fase 3 "Ejecución del Plan"																										
17	Presentación y revisión del borrador informe final para revisión																										
18	Elaboración del Informe Final																										
19	Evaluación individual (privados)																										
20	Entrega del informe digital y escrito-con copias de correo de entrega a bibliotecas, según Normativo																										
21	Finalización del EPS de Licenciatura																										
22	Graduación																										

Fuente: elaboración propia



Conclusiones

- Al realizar el diagnóstico comunicacional del Centro de estudios de las culturas en Guatemala (CECEG), se logró concluir sobre la importancia de crear y generar comunicación tanto interna como externa en la cual se pueda tener interactividad con su público objetivo.
- Que es necesario generar nuevos contenidos de comunicación de las distintas actividades que se realizan en el centro, por medio de las plataformas existentes, así como de las propuestas y creadas durante la ejecución de dicho trabajo de EPS.
- Se logró apoyar a la experiencia para la planificación comunicacional del centro. Todo esto se logró gracias a la elaboración de un buen diagnóstico comunicacional, que fue el medio que permitió ejecutar el ejercicio profesional supervisado de una buena manera.

Al concluir este trabajo del ejercicio profesional supervisado, por medio de las ejecuciones podemos afirmar que la comunicación dentro de una institución, bien elaborada por medio de procesos de diagnóstico, planificación y ejecución, se puede generar una mejor identidad institucional para con los seguidores de esta entidad.



Recomendaciones

A través de toda la estrategia de comunicación realizada durante este periodo del ejercicio profesional supervisado, en CECEG se recomienda lo siguiente:

- Contar con un departamento de comunicación o una persona encargada de generar la comunicación.
- Generar contenido para las redes sociales implementadas para tener un mejor alcance.
- Seguir con lo implementado por el estudiante del ejercicio profesional supervisado, ya que estas herramientas son de gran aporte para el posicionamiento de la imagen institucional para con su público objetivo.
- Que la Escuela de Ciencias de la Comunicación del seguimiento al ejercicio profesional supervisado implementado en CECEG, con enviar estudiantes de comunicación que deseen realizar trabajos de EPS futuros.
- Que se cumpla con el cronograma de actividades presentadas en el Plan de Comunicación

Todo esto tomando en cuenta la elaboración de este proyecto que está avalado por la Universidad de San Carlos de Guatemala.



Referencias Bibliográficas

- Brandolin, A., & González Frígoli, M. (2019). *Comunicación interna*. Ciudad autónoma, Buenos Aires: La Crujía Ediciones, Editorial DIRCOM.
- Caro, L. (21 de enero de 2021). *7 Técnicas e Instrumentos para la Recolección de Datos*. Obtenido de <https://www.lifeder.com/tecnicas-instrumentos-recoleccion-datos/>
- Castellanos, L. (2 de Marzo de 2017). *Metodología de la Investigación*. Obtenido de <https://lcmetodologiainvestigacion.wordpress.com/2017/03/02/tecnica-de-observacion/>
- Castillo, D. P. (1990). *Diagnóstico de la comunicación*. Quito: CIESPAL.
- Cefol, & DIGI. (Noviembre de 2001). Plan de fortalecimiento y Desarrollo del centro de estudios Folklóricos. *Apoyo y fortalecimiento del sistema de investigación de la Universidad de San Carlos de Guatemala*. Guatemala.
- Cerda Gutierrez, H. (1991). *Los Elementos de la Investigación*. 2a., 430. Bogotá, Santa Fe, Colombia: El Buho LTDA.
- Díaz Gavilán, Y. K. (2001). *Diagnostico Organizacional de las Comunicaciones*. UNMSM. Obtenido de https://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtualdata/Tesis/Human/diaz_gy/Cap3.PDF
- Edelberto, & Cifuentes Medina, E. (2016). *La aventura de investigar: El Plan y la Tesis* (4ta. ed.). Guatemala: Maga Terra.
- Garrido M., F. J. (Abril de 2017). Comunicación estratégica. *Comunicación Estratégica para el siglo XXI*, 17.
- Guzman Paz, V. (2012). *Comunicacion Organizacional*. Estado de Mexico: Red tercer milenio S.C.
- Hernandez Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la Investigación* (Sexta ed.). Mexico: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Hernandez, R. L. (2000). *La investigación en la comunicación organizacional*. Guatemala: Ana Maria Palma.
- M. Meza, H. (22 de Julio de 2019). Obtenido de <https://www.infosol.com.mx/wordpress/consistencia-y-focalizacion-elementos-clave-del-mensaje/>
- Martínez Mediano, C., & Galán González, A. (2014). *Técnicas e Instrumentos de Recogida y Análisis de Datos*. Madrid: UNED.
- Másters, T. y. (2016). *Tesis y Masters*. Obtenido de <https://tesisymasters.es/conclusiones/>
- Monserrat Gauchi, J. (2014). *Cómo elaborar un plan estratégico de la comunicación*. Publicaciones de la Universidad de Alicante.
- Peinado, S. (2021). *Diagnóstico y estrategia de comunicación interna para el Mercado Municipal. (Tesis de licenciatura)*. Universidad de San Carlos de Guatemala, Guatemala.
- Pinto Yerovi, A. (16 de 04 de 2017). *COMUNICACIÓN INTERNA-EXTERNA COMO ESTRATEGIA MOTIVACIONAL DE ORGANIZACIONES*. Obtenido de <file:///C:/Users/123456789/Downloads/Dialnet-LaComunicacionInternaexternaComoEstrategiaMotivaci-6662628.pdf>



Riquelme Leiva, R. (Diciembre de 2016). *Análisisfoda.com*. Obtenido de Análisisfoda.com:
<https://www.analisisfoda.com/>

Sinnaps. (2020). *Sinnaps*. Obtenido de <https://www.sinnaps.com/>



Anexos

Anexo 1 Logotipo institucional de CECEG



Anexo 2 Capturas de pantalla de la página web del centro de estudios





Anexo 3 Capturas de pantalla de la página web



Anexo 4 Revista desde la página web de CECEG





Anexo 5 Información en la página web sobre las actividades del centro

The screenshot shows the 'Eventos' section of a website. At the top, there is a navigation bar with links for 'INICIO', 'SOBRE NOSOTROS', 'ÁREAS DE INVESTIGACIÓN', 'BIBLIOTECA', 'PUBLICACIONES', and 'EVENTOS'. A search bar and a 'Translate' button are also present. Below the navigation, the 'Eventos' section is titled 'Eventos' with '56 entradas' (56 entries). Three event cards are displayed in a grid:

- Coloquio "Tradición y Cultura Popular":** A yellow and purple card for a colloquium on February 24, 2022, at 10:00 AM. It features images of people and a book cover.
- Reportaje Rescatando el archivo en Instituto Nacional Central para Varones:** A white card with a photograph of an archive, published on February 19, 2022.
- Visiones y prácticas del buen vivir en postpandemia:** A green and blue card with a photograph of people in a field, published on November 18, 2021.

At the bottom of the page, there are logos for 'USAC DC' (Dirección General de Investigación) and 'YCECEG' (Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala). Social media icons for Facebook, Instagram, and WhatsApp are visible on the right side.

Anexo 6 Captura de pantalla del perfil de Facebook

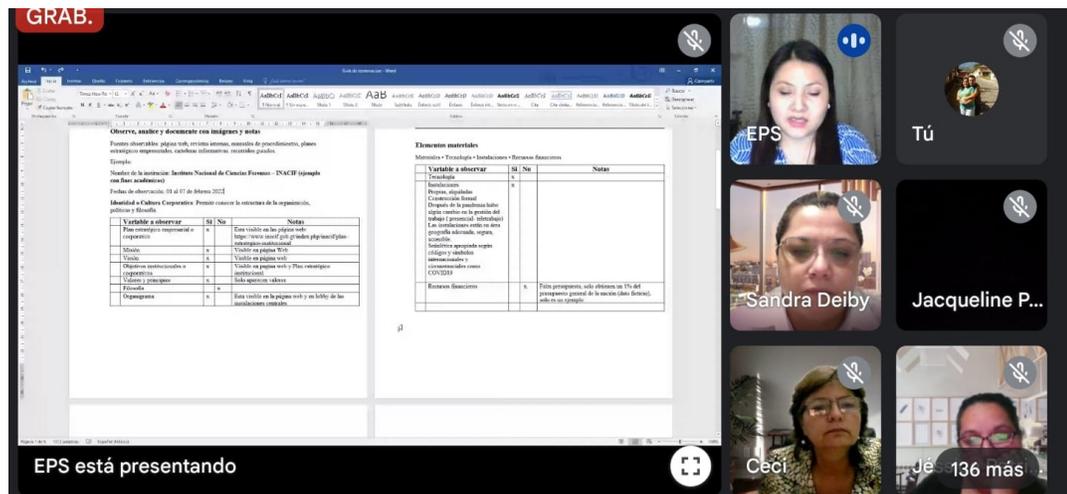
The screenshot shows the Facebook profile page for 'Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala'. The profile picture is a large graphic with a sun and the acronym 'CECEG'. The cover photo features the text 'CECEG Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala Universidad de San Carlos de Guatemala'. Below the cover photo, the profile name is 'Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala' with the handle '@ceceg-usac' and '5 (2 opiniones) · Universidad'. A blue 'Enviar mensaje' (Send message) button is visible. The page navigation includes 'Inicio', 'Eventos', 'En directo', 'Opiniones', and 'Ver más'. At the bottom, there is a 'Crear publicación' (Create post) button and a 'Preguntar' (Ask question) section with the text '¿Cuánto cuesta este centro educativo?'.



Anexo 7 Perfil de Facebook que muestra información principal

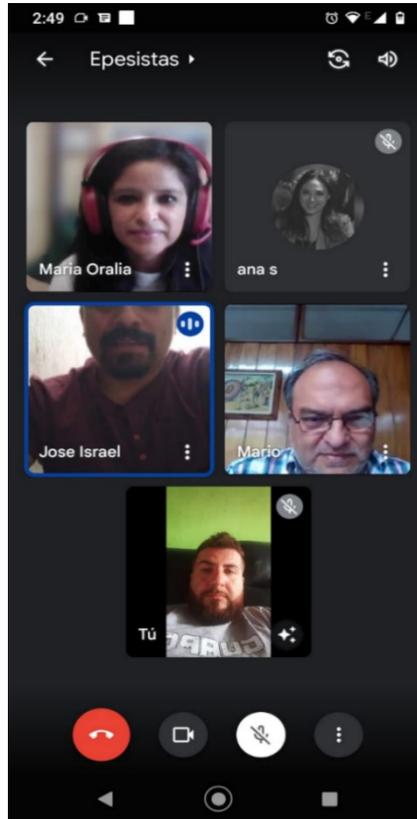


Anexo 8 Formación de EPS, diagnóstico comunicacional





Anexo 9 Primer reunión con el equipo de trabajo de CECEG



Anexo 10 Segunda reunión con CECEG



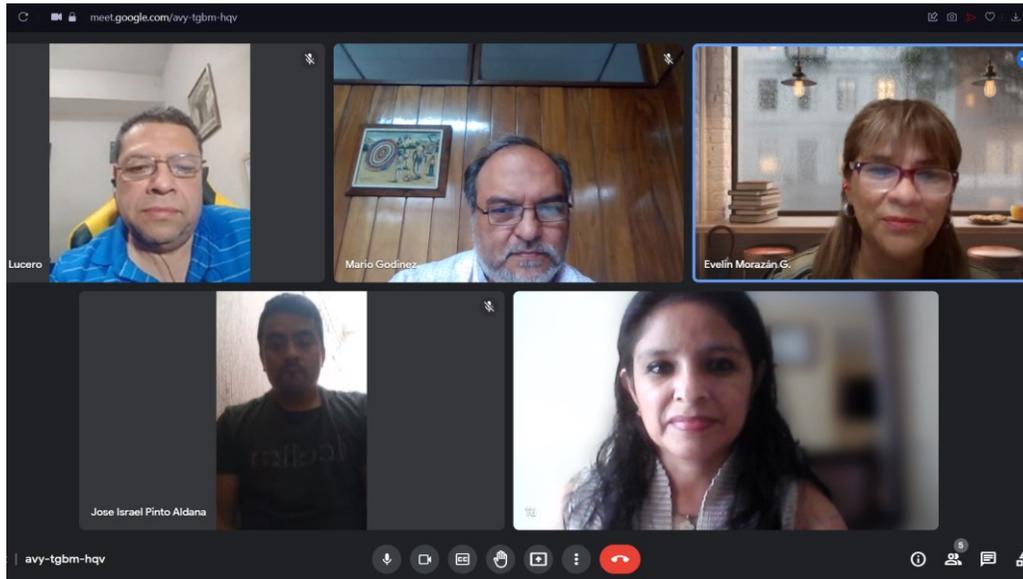


Anexo 11 Reunión de estudiantes de EPS con asesores, jueves 10 de marzo





Anexo 12 Reunión con director de CECEG y supervisores de EPS 2022



Anexo 13 Prácticas en horas realizadas dentro de CECEG

7	Del: 9 / Al: 13	Mayo		2					2 hrs.	Presentación del diagnóstico y plan estratégico al centro.
8	Del: 1 de junio / Al: 31 de octubre	Junio / Octubre	40	40	35	35	40	40	230 hrs	Ejecución del plan estratégico de comunicación
9	Del: 13 / Al: 17	Junio	1	1	2	1	1		6 hrs.	Capacitaciones, sobre las actividades del plan estratégico.
10	Del: 5 / Al: 13	Septiembre	2	2	3	3	1	5	16 hrs.	Elaboración de informe final
11	Del: 12 / Al: 30	Septiembre	2		2			15min	4 hrs. 15 minutos	Presentación y evaluación final, privados.
TOTAL DE HORAS DE PRÁCTICA REGISTRADAS										311 hrs.

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

(f) _____ Nombre Supervisor – Supervisor EPSL

CECEG
Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala
Universidad de San Carlos de Guatemala



Entrevista con director CECEG

La entrevista realizada al Ingeniero Agrónomo Mario Antonio Godínez López, que en función es el actual director del Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala. Dicha entrevista se realizó de forma presencial en su oficina el 18 de febrero a las 15:00 horas de la tarde.

- ¿Cuál es su puesto dentro del centro de estudios?
- ¿Cuánto tiempo tiene de existir esta institución?
- ¿Cuánto personal labora actualmente dentro de la institución?
- ¿En qué modalidad se están realizando las actividades laborales dentro del centro en este tiempo de pandemia?
- ¿A qué grupo objetivo va dirigido el trabajo que realiza CECEG?
- ¿Tienen departamento de comunicación o cuentan con alguien que realice el trabajo de comunicación social dentro del centro?
- ¿Se ha realizado algún trabajo de comunicación anteriormente o han contado con estudiantes de EPS dentro del centro?
- ¿Cuentan con una línea gráfica establecida?
- ¿Utilizan documentos relacionados a comunicación?
- ¿Qué canales de comunicación utiliza con público externo?
- ¿Cuentan con alianzas estratégicas?
- ¿Qué redes sociales utilizan?
- ¿Quién maneja las redes sociales del centro?



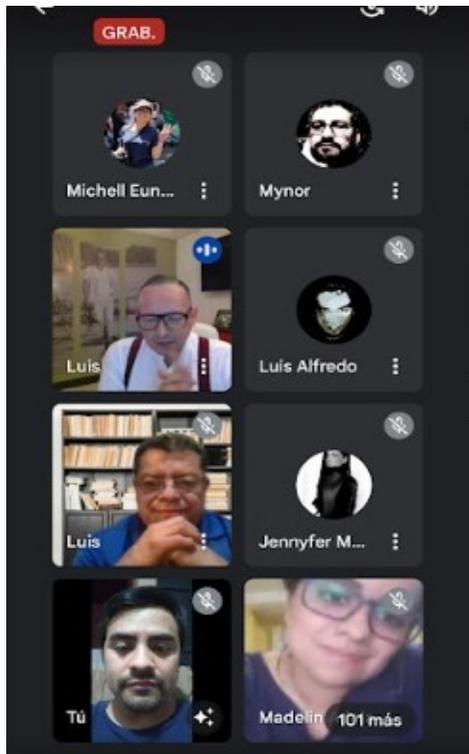
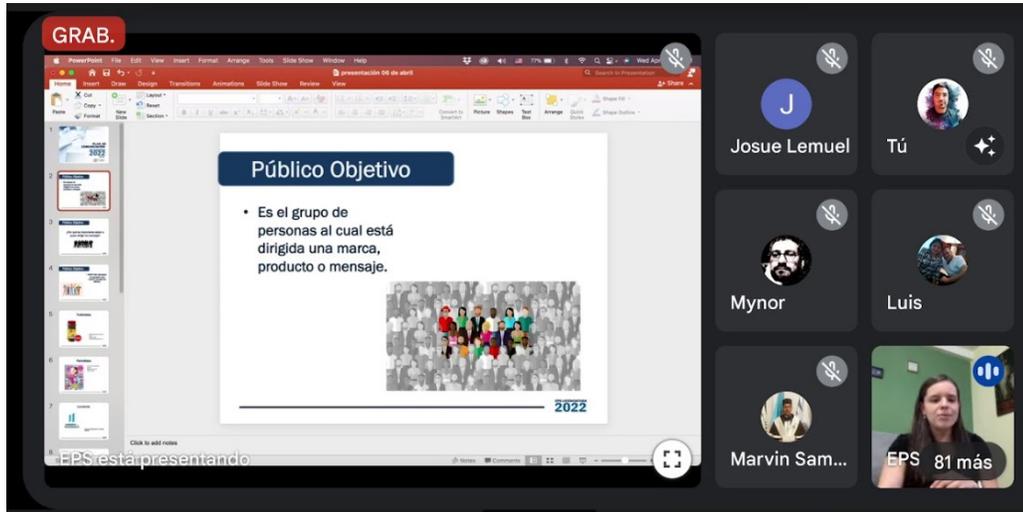
Anexo 14 Preguntas realizadas en la encuesta realizada en Facebook

Encuestas

1. Indique su rango de edad
2. Escolaridad
3. ¿Conoce la actividad del Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala (CECEG)?
4. ¿Le gustaría conocer sobre la actividad de CECEG?
5. ¿Por qué motivo sigue en Facebook a CECEG?
6. ¿Con qué frecuencia visita el perfil de CECEG en Facebook?
7. ¿Recuerda alguna publicación de interés que haya publicado CECEG?
8. ¿En qué otros medios de comunicación le gustaría conocer el aporte que hace a la sociedad el CECEG?
9. ¿Conoce otro centro de estudios o de investigación que sean parte de la Universidad de San Carlos de Guatemala?
10. ¿Conoce otro centro de investigación, que vele por las culturas en Guatemala?
11. ¿Qué le motiva visitar otras páginas o grupos que sigue dentro de la red social Facebook?
12. El Centro de Estudios de las culturas en Guatemala, es el encargado de rescatar, conservar, proteger, promover y difundir las diversas manifestaciones y valores fundamentales de la identidad multicultural del país. ¿Por qué medio le gustaría conocer sobre las investigaciones realizadas por el CECEG?
13. ¿Con qué periodicidad le gustaría recibir información de las actividades de CECEG?
14. ¿Considera importante que se de mantenimiento y actualización del perfil de CECEG en Facebook?
15. ¿Conoce la página web del Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala?
16. ¿Considera importante el vincular el perfil de Facebook con la página web?
17. ¿Qué le gustaría encontrar en la página web del CECEG?

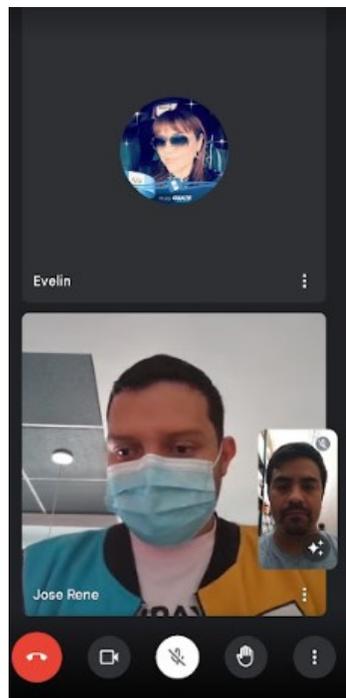


Anexo 15 Propedéutico de segunda fase EPS 2022





Anexo 16 Supervisiones de segunda fase, planificación





Paquete básico

- 1 Calendario Mensual
- Generación de contenido:
 - 10 post (Normal / GIF / Video)

Qué Incluye:

- Adaptación para las distintas redes sociales
- Imágenes para el post
- Redacción del mensaje: Copy

Q.1,750.00



- 1 Calendario Mensual
- Generación de contenido:
 - 10 post (Normal / GIF / Video)
- Community Manager

Qué Incluye:

- Adaptación para las distintas redes sociales
- Imágenes para el post
- Redacción del mensaje: Copy
- Programación y posteo
- Seguimiento de los post
- Respuesta de mensajes y comentarios

Q.2,950.00



*Aplica restricciones / Precios incluyen IVA / Cada caso se maneja de forma personalizada



Paquete intermedio

- 1 Calendario Mensual
- Generación de contenido:
 - 15 post (Normal / GIF / Video)

Qué Incluye:

- Adaptación para las distintas redes sociales
- Imágenes para el post
- Redacción del mensaje: Copy

Q.2,250.00



-
- 1 Calendario Mensual
 - Generación de contenido:
 - 10 post (Normal / GIF / Video)
 - Community Manager

Qué Incluye:

- Adaptación para las distintas redes sociales
- Imágenes para el post
- Redacción del mensaje: Copy
- Programación y posteo
- Seguimiento de los post
- Respuesta de mensajes y comentarios

Q.3,450.00



*Aplica restricciones / Precios incluyen IVA / Cada caso se maneja de forma personalizada



Paquete personalizado

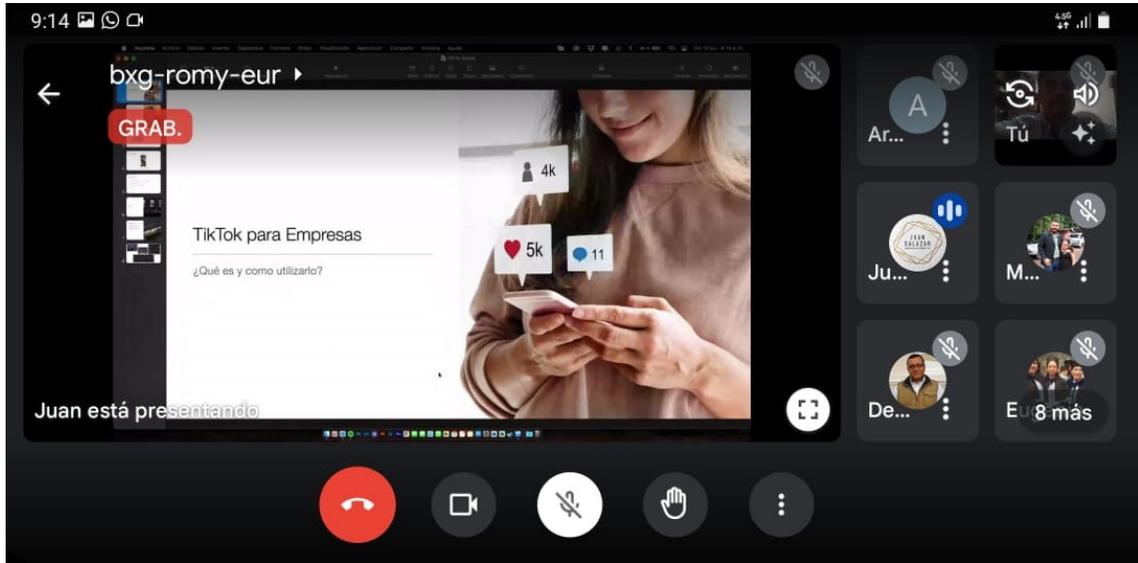
- Cada paquete puede ser adaptado según las necesidades del cliente.
- Podemos adaptar los servicios con base al presupuesto del cliente.
- Abiertos a escuchar ofertas.

Servicios

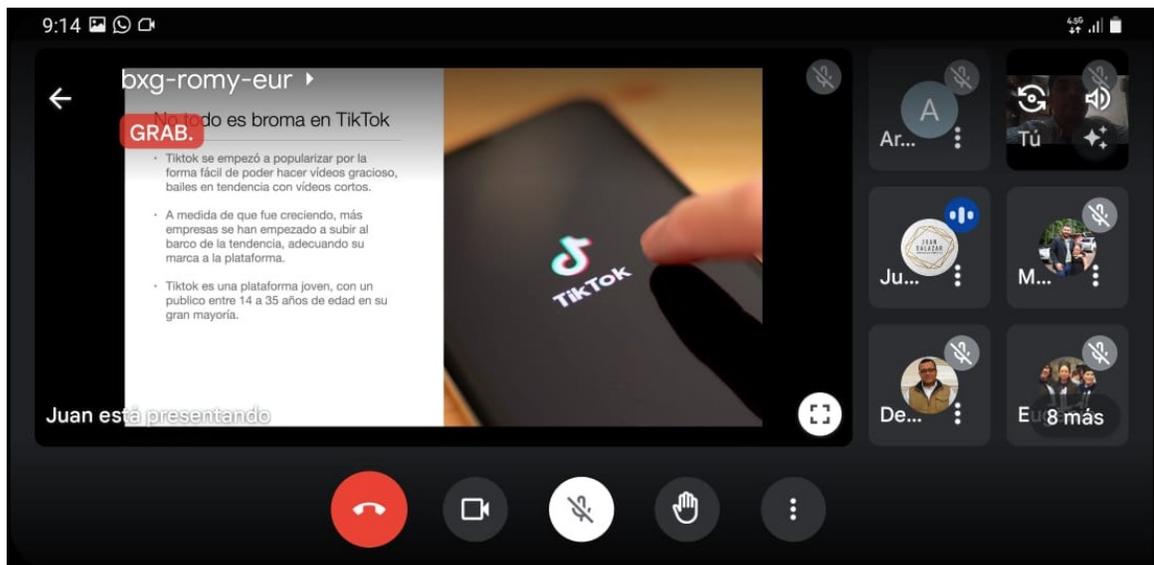
- Branding
- Diseño gráfico
- Generación de contenido
- Diseño de post
- Fotografía y retoque fotográfico
- Edición de video
- Animación
- Community Manager
- Pauta



Anexo 18 Capacitaciones sobre uso de *TikTok*

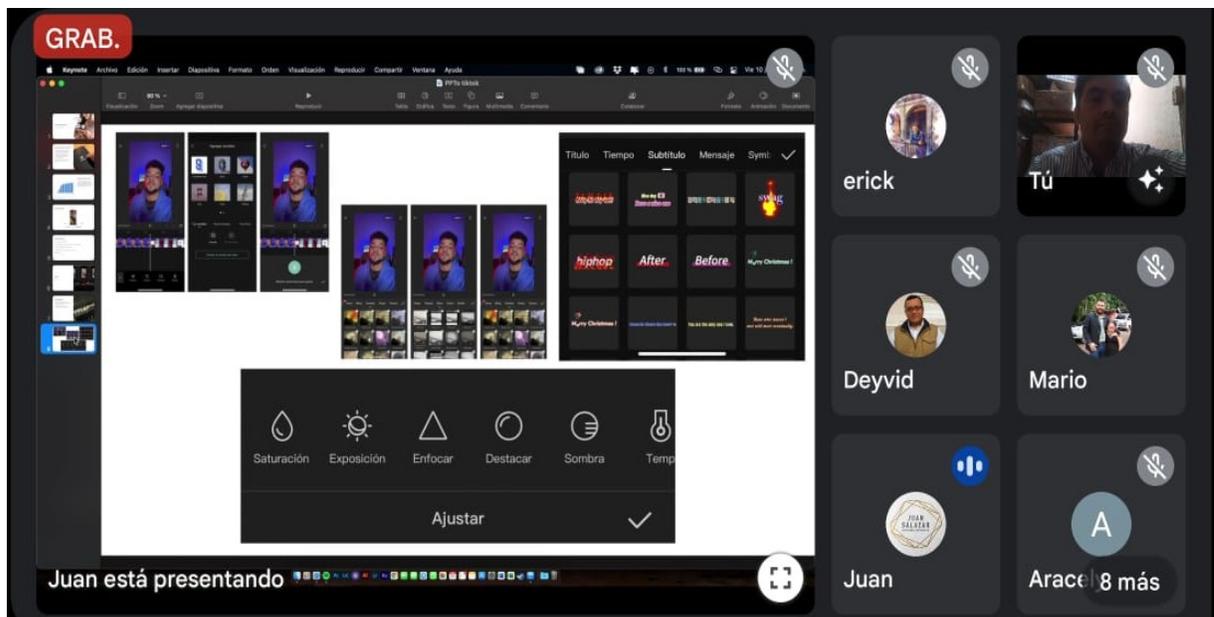
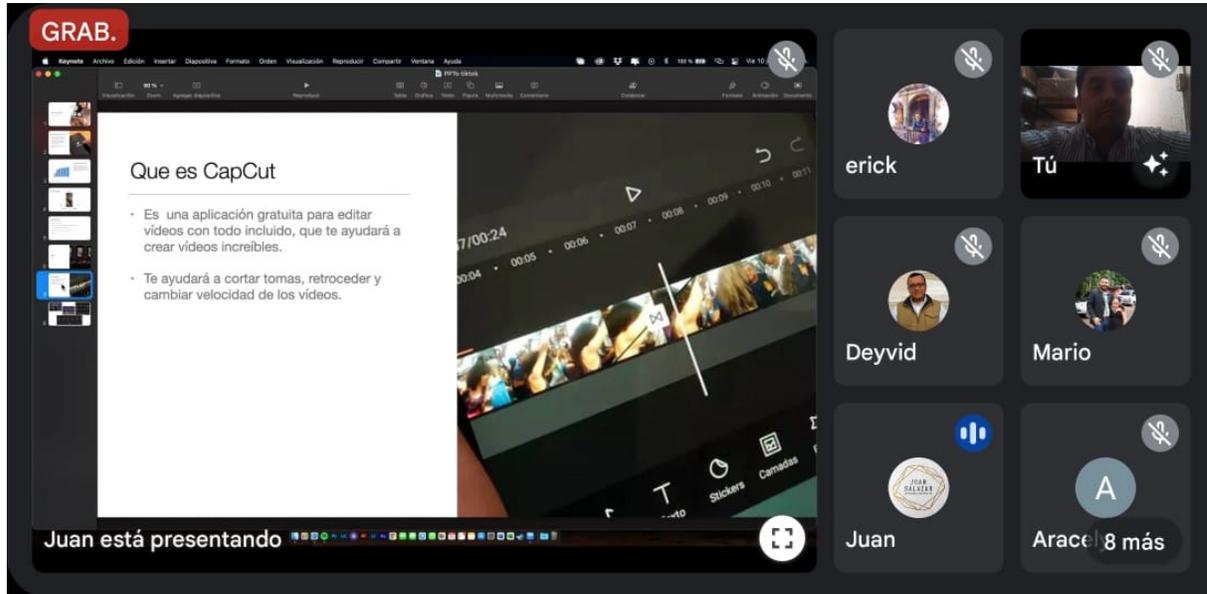


Anexo 19 Capacitaciones sobre uso de *TikTok*





Anexo 20 Capacitaciones uso de la aplicación Capcut





Anexo 21 Capacitaciones sobre uso de la tipografía

GRAB.

Tipografía

Andrea está presentando

Andrea

Tú

Mario

Deyvid

A

Artemis

A

Aracé 6 más

GRAB.

I am sans.
I am serif.

A. La tipografía Serif connota seriedad.
Es una tipografía tradicional, elegante.

B. La tipografía Sans Serif transmite modernidad, simplicidad, informalidad.
Es una tipografía amable.

Andrea está presentando

Andrea

Tú

Mario

Deyvid

erick

A

Aracé 5 más



Anexo 22 Capacitación para realización de Podcast

GRAB.

Entrevista

- No es necesario dominar el tema (pero sí ligeramente)
- El aprendizaje es constante
- Networking (relaciones con otros)

Retos:

- Conoce toda la información pública del entrevistado
- Entiende su valor
- Guía la entrevista (Mantente enfocado)

Andrea está presentando

Participants: Andrea, Tú, Mario, Deyvid, Artemis, Aracé 5 más

GRAB.

CO-HOST / EL DIÁLOGO

- Juntarse con amigos, colegas, etc. conversan sobre un tema
- Es más fácil de manejar
- Genera más dinámica, se enriquece más el tema
- Confianza entre los host

Retos:

- Compromiso de las partes
- Constantes y consistentes
- Involucrados en el tema
- Centrarse en el tema / no desviarse / retomar
- Adoptar roles: abogado del diablo, mediador

Andrea está presentando

Participants: Andrea, Tú, Mario, Deyvid, Artemis, Aracé 5 más

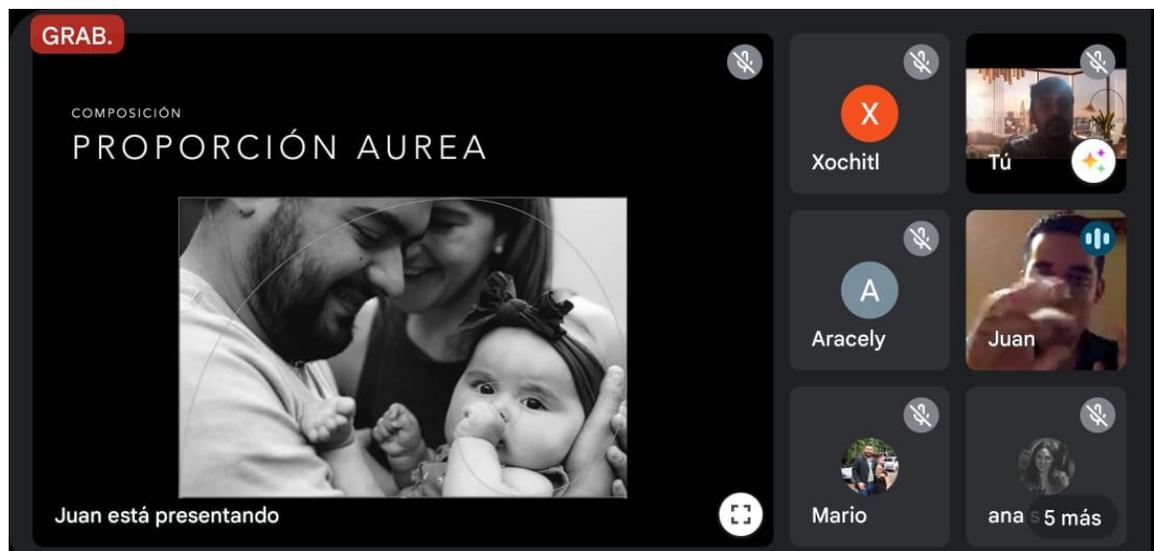


Anexo 23 Capacitaciones virtuales





Anexo 24 Capacitación de introducción a la fotografía





Anexo 25 Propedéutico sobre entrega guía 3

GRAB.

Cartelera Informativa

3.2 Nombre de la Actividad de comunicación 2:

Ejemplo: **Ejecución 2: Cartelera Informativa**

Objetivo

Medio utilizado: De madera de 1.50x1.50

Presupuesto utilizado: Q.300.00 (si lo pago)

Resultados obtenidos:

Evidencia del material (Fotografías, Capturas de pantalla, Imágenes, Links)

Así sucesivamente todas sus actividades ejecutadas...

Mynor está presentando

Evelin

Luis

L...

Tú

Mynor

Jacq81 más...

GRAB.

3.3 Cronograma general

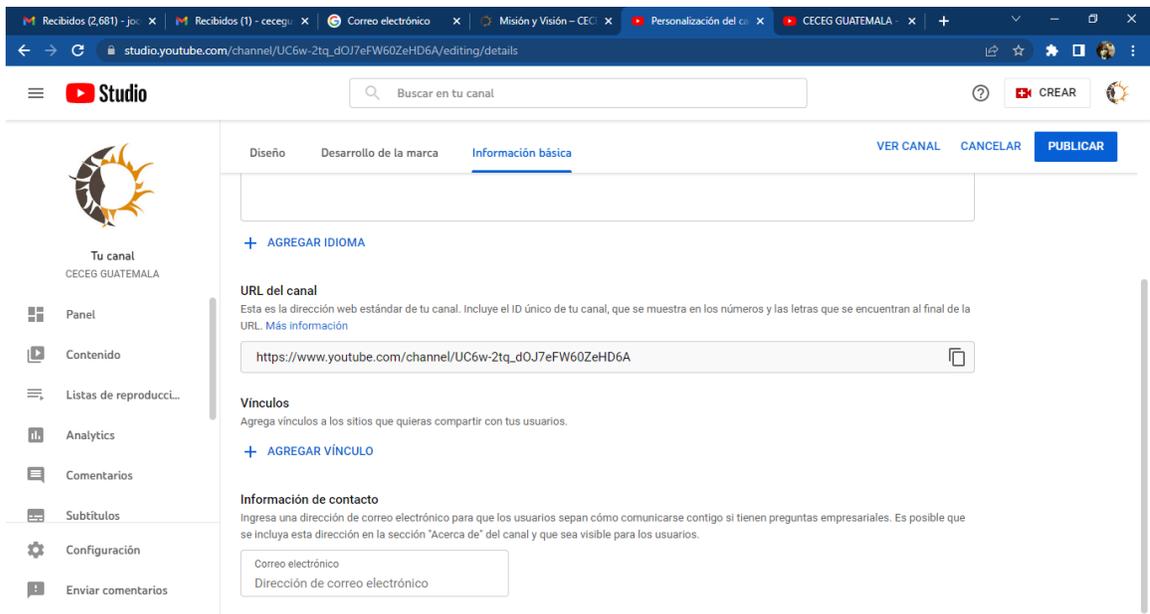
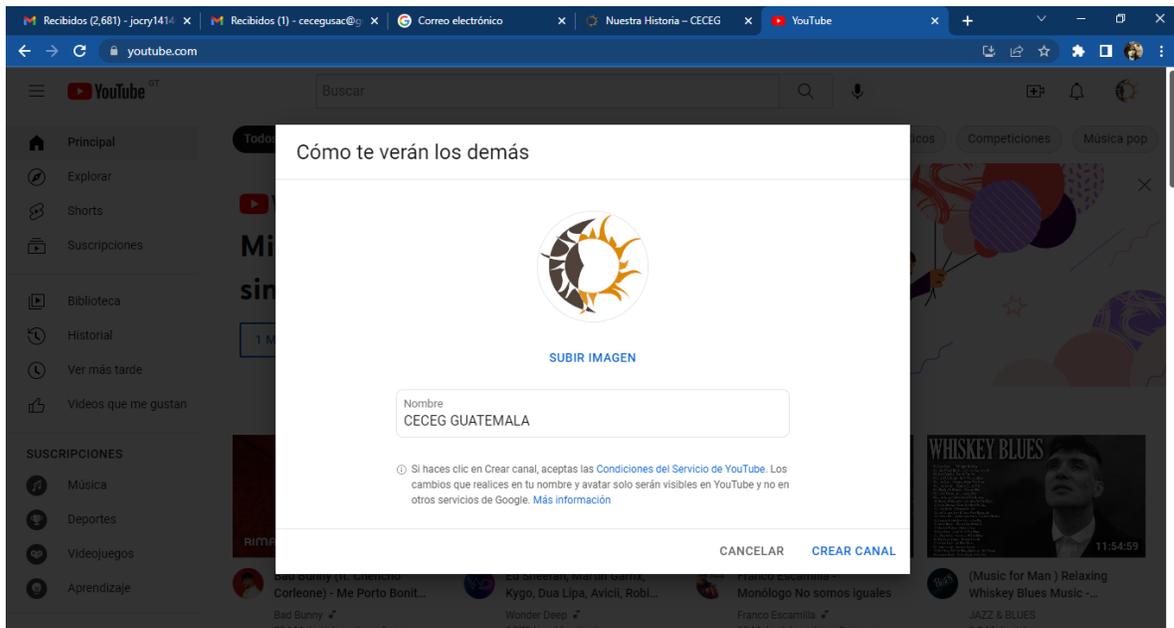
Cronograma de Actividades

No.	Actividad	MESES																															
		Junio				Julio				Agosto				Septiembre				Octubre				Noviembre											
Descripción:		S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4				
11	Ejecución del Plan-Estratégico de Comunicación																																
12	Entrega fase 3 "Ejecución del Plan"																																
13	Presentación y revisión del borrador informe final para revisión																																
14	Elaboración del informe Final																																
15	Evaluación individual (privados)																																
16	Entrega del informe digital y escaneo con copias de correo de entrega a bibliotecas, según Normativo																																
17	Finalización del EPS de Licenciatura																																
18	Graduación																																

Mynor está presentando

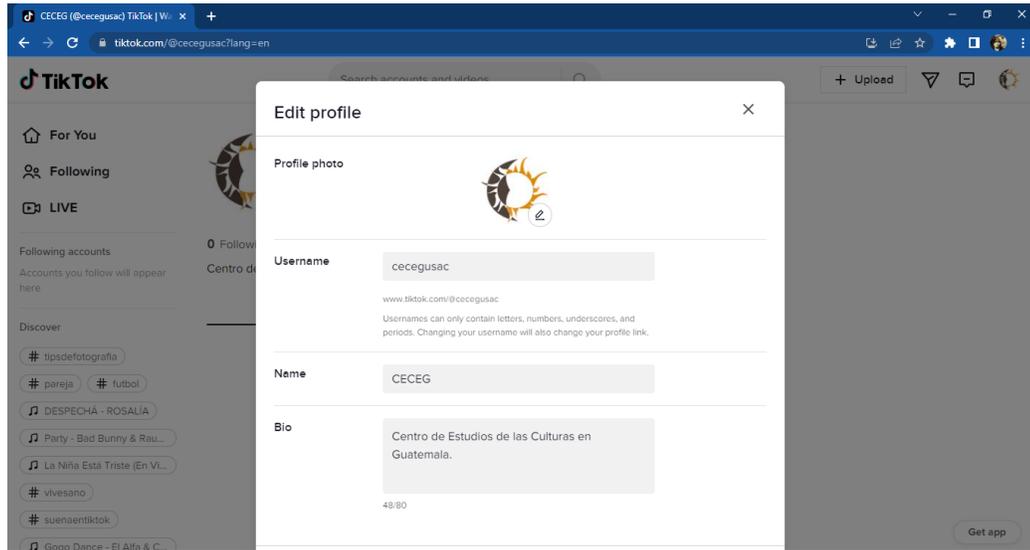


Anexo 26 Creación de canal de Youtube

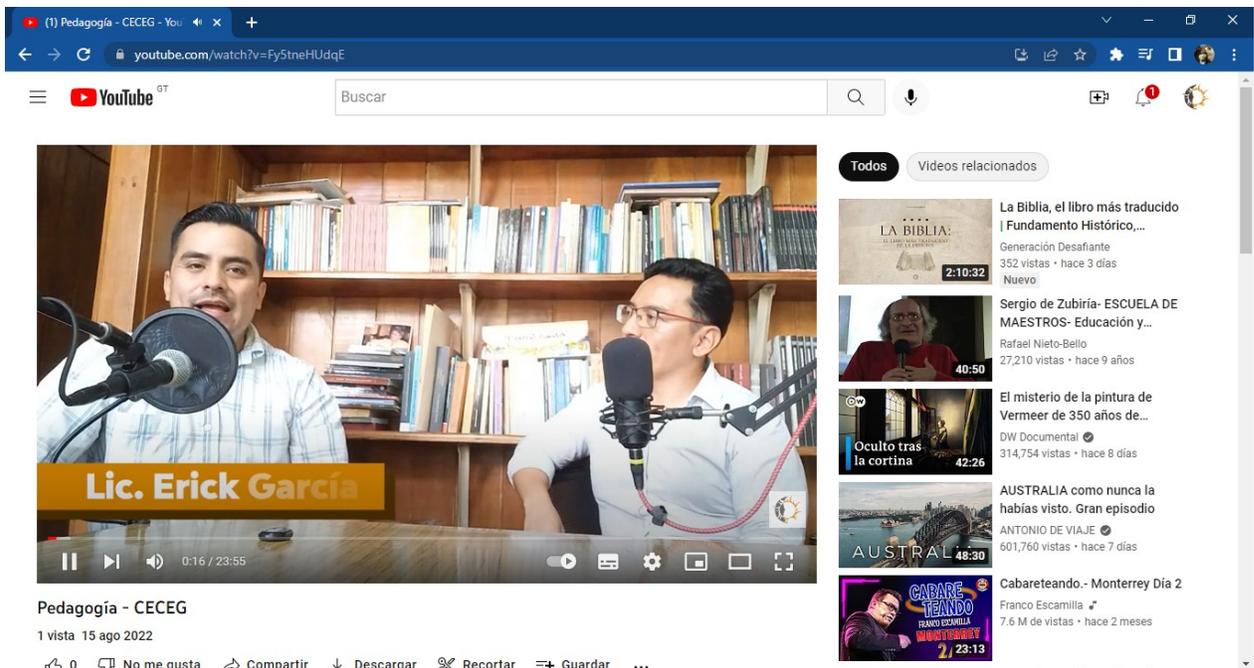




Anexo 27 Creación de perfil de *TikTok*



Anexo 28 Elaboración de *Podcast*





Anexo 29 Grabación de podcast



Anexo 30 Elaboración de tazas conmemorativas



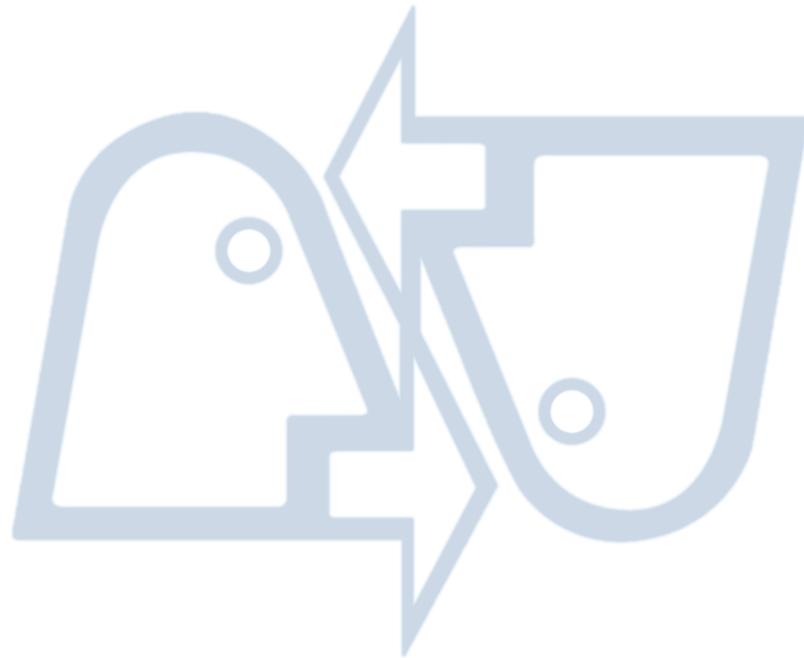


Anexo 31 Entrega de tazas conmemorativas a CECEG



Anexo 32 Entrega de micrófonos de solapa y trípode a director Lic. Juan Pablo





Comunicación
creando futuro